



STRATEGI PEMASARAN PRODUK *BIODEGRADABLE* *TABLEWARE* PADA PT IJO INOVASI INDONESIA MENUJU PASAR INTERNASIONAL

PITER FEBRIAN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk *Biodegradable Tableware* pada PT Ijo Inovasi Indonesia Menuju Pasar Internasional” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2024

Piter Febrian
K1401201124

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

PITER FEBRIAN. Strategi Pemasaran Produk *Biodegradable Tableware* pada PT Ijo Inovasi Indonesia Menuju Pasar Internasional. Dibimbing oleh ARIF IMAM SUROSO dan ANI NURAI SYAH.

PT Ijo Inovasi Indonesia adalah *start-up* yang menawarkan *biodegradable tableware*. Perusahaan telah memasarkannya di pasar domestik, namun penjualan belum mencapai hasil yang positif. Di sisi lain, banyak negara di dunia sedang berusaha mencari produk-produk pengganti plastik untuk mengatasi permasalahan sampah plastik di negara mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memformulasikan dan menentukan urutan prioritas dari alternatif strategi pemasaran untuk diterapkan perusahaan sebagai langkah menuju pasar internasional. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan tiga tahap formulasi strategi yang terdiri dari IFE dan EFE *Matrix*, IE *Matrix* dan SWOT *Matrix*, serta QSP *Matrix*. Penelitian mengidentifikasi faktor internal perusahaan dengan kekuatan utama memiliki *intellectual property* dan kelemahan utama pemasaran belum dimaksimalkan. Penelitian juga mengidentifikasi faktor eksternal perusahaan dengan peluang utama regulasi global yang melarang penggunaan plastik sekali pakai dan ancaman utama pemasaran dan *brand* pesaing jauh lebih unggul. Penelitian menghasilkan delapan alternatif strategi pemasaran dengan prioritas untuk diterapkan adalah ekspansi pasar internasional melalui kerja sama dengan distributor dan retail global.

Kata kunci: berkelanjutan, bioplastik, formulasi strategi, pemasaran internasional

ABSTRACT

PITER FEBRIAN. Marketing Strategy for Biodegradable Tableware Products at PT Ijo Inovasi Indonesia Towards the International Market. Supervised by ARIF IMAM SUROSO and ANI NURAI SYAH.

PT Ijo Inovasi Indonesia is a startup offering innovative biodegradable tableware products. Despite efforts to market these products domestically, sales have yet to achieve positive results. In contrast, many countries worldwide are actively seeking plastic alternatives to address their plastic waste issues. This study aims to formulate and prioritize alternative marketing strategies for the company as an initial step towards entering the international market. The analysis includes descriptive analysis and a three-stage strategy formulation process: IFE and EFE *Matrix*, IE *Matrix* and SWOT *Matrix*, and QSP *Matrix*. The research identifies the company's internal factors, with the main strength being the possession of intellectual property, and the main weakness being the underutilization of marketing. The research also identifies external factors, with the main opportunity being global regulations banning single-use plastics, and the main threat being that competitors' marketing and branding are far more advanced. The research yields eight alternative marketing strategies, with the top priority being expanding into international markets by partnering with global distributors and retailers.

Keywords: bioplastics, international marketing, strategy formulation, sustainability

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Produk *Biodegradable Tableware* pada PT Ijo Inovasi Indonesia Menuju Pasar Internasional

Nama : Piter Febrian
NIM : K1401201124

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, M.Sc.



Pembimbing 2:
Ani Nuraisyah, S.T.P., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Bisnis:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
5 Agustus 2024

Tanggal Lulus : 14 Agustus 2024



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2024 sampai bulan Juni 2024 ini ialah pengembangan bisnis dengan judul “Strategi Pemasaran Produk *Biodegradable Tableware* pada PT Ijo Inovasi Indonesia Menuju Pasar Internasional”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Arif Imam Suroso, M.Sc. dan Ani Nuraisyah, S.T.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, membimbing, memberi saran, dan memotivasi penulis hingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. selaku dosen moderator presentasi bisnis yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam melaksanakan presentasi bisnis pada 17 Juli 2024.
3. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc. dan Ir. Retnaningsih, M.Si. selaku dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam melaksanakan sidang skripsi pada 5 Agustus 2024.
4. Bapak Myo Nyunt dan Ibu Umi Kalsum yang telah menjadi orang tua terbaik dan memberikan segalanya untuk penulis hingga penulis bisa sampai di titik ini.
5. Rahadiyan Garuda Langit Dewangga, S.Sos., M.Si. selaku CEO dari PT Ijo Inovasi Indonesia dan seluruh pihak terkait yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menjadikan PT Ijo Inovasi Indonesia sebagai objek penelitian.
6. Seluruh dosen dan staf tenaga pendidik dari Sekolah Bisnis IPB University yang telah berjasa mengajarkan banyak ilmu pengetahuan untuk penulis.
7. Teman-teman Sekolah Bisnis IPB University, terutama angkatan 57, yang telah memberikan banyak warna dalam kehidupan perkuliahan penulis selama 4 (empat) tahun lamanya, membantu dan menemani, hingga menjadi rumah kedua penulis di perantauan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Piter Febrian

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	i
DAFTAR LAMPIRAN	i
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Industri dan Bisnis <i>Sustainability</i>	7
2.2 <i>Biodegradable Tableware</i>	7
2.3 Strategi Pemasaran	8
2.4 Pemasaran Internasional	8
2.5 Analisis Lingkungan Perusahaan	9
2.6 Formulasi Strategi	10
2.7 Penelitian Terdahulu	12
2.8 Kerangka Pemikiran	13
III METODE PENELITIAN	16
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Metode Pengumpulan Data	17
3.4 Metode Penentuan Responden	18
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
4.2 Analisis Lingkungan Perusahaan	26
4.3 Formulasi Strategi Pemasaran	32
4.4 Implikasi Manajerial	45
V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	64



DAFTAR TABEL

1	Tren pasar dan pertumbuhan <i>biodegradable tableware</i>	3
2	Jenis dan sumber data	16
3	IFE <i>Matrix</i>	20
4	EFE <i>Matrix</i>	20
5	IE <i>Matrix</i>	21
6	SWOT <i>Matrix</i>	22
7	QSP <i>Matrix</i>	23
8	Faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki PT Ijo Inovasi Indonesia	29
9	Faktor peluang dan ancaman yang dihadapi PT Ijo Inovasi Indonesia	32
10	Hasil IFE <i>Matrix</i>	33
11	Hasil EFE <i>Matrix</i>	35
12	Hasil IE <i>Matrix</i>	37
13	Hasil SWOT <i>Matrix</i>	38
14	Hasil QSP <i>Matrix</i>	43

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	15
2	Foto produk <i>biodegradable tableware</i> IJO	24
3	Struktur organisasi PT Ijo Inovasi Indonesia	26

DAFTAR LAMPIRAN

1	Dokumentasi selama di tempat penelitian	54
2	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak <i>forwarder</i> terkait ilmu ekspor impor	55
3	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak internal PT Ijo Inovasi Indonesia terkait gambaran umum perusahaan	55
4	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak internal PT Ijo Inovasi Indonesia terkait lingkungan internal perusahaan	56
5	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak eksternal PT Ijo Inovasi Indonesia terkait lingkungan eksternal perusahaan	57
6	Kuesioner pembobotan faktor-faktor internal dan eksternal PT Ijo Inovasi Indonesia	58
7	Kuesioner pemberian <i>rating</i> faktor-faktor internal dan eksternal PT Ijo Inovasi Indonesia	61