

STRATEGI PENINGKATAN PENGGUNA PLATFORM DIGITAL “FISHLOG: B2B MARKETPLACE” PT RANTAI PASOK TEKNOLOGI

ALYA AYU ANTARESTA



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

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- 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.

Perpustakaan IPB University



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Peningkatan Pengguna Platform Digital “Fishlog: B2B Marketplace” PT Rantai Pasok Teknologi” 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, 18 Agustus 2024

Alya Ayu Antaresta
K1401201132

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

ALYA AYU ANTARESTA. Strategi Peningkatan Pengguna Platform Digital “Fishlog: B2B Marketplace” PT Rantai Pasok Teknologi. Dibimbing oleh NIMMI ZULBAINARNI dan ANI NURAI SYAH.

Fishlog – B2B Marketplace merupakan salah satu platform inovasi dari PT Rantai Pasok Teknologi yang berfungsi untuk menghubungkan pemasok dan para pelaku usaha lainnya di industri perikanan. Dalam pengembangan Fishlog – B2B Marketplace, PT Rantai Pasok Teknologi mengalami kesulitan dalam meningkatkan penggunaannya. Hal tersebut dapat dilihat dari rendahnya unduhan di *Playstore* dan *traffic* platform yang sedikit sejak tahun pembuatannya. Tujuan peneliti adalah mengidentifikasi kondisi penggunaan, faktor internal dan eksternal, serta merumuskan strategi yang dapat digunakan untuk peningkatan pengguna platform tersebut. Penelitian menggunakan alat analisis bauran pemasaran 7P, matriks IFE dan EFE, matriks SWOT, dan QSPM sehingga dapat mengidentifikasi kondisi penggunaan platform saat ini dan mendapatkan prioritas alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan internal perusahaan serta dianalisis berdasarkan peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi proses jalannya Fishlog – B2B Marketplace. Hasil penelitian menunjukkan terdapat tujuh alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh perusahaan.

Kata kunci: *business-to-business* (B2B), *marketplace*, perikanan, strategi, SWOT, QSPM

ABSTRACT

ALYA AYU ANTARESTA. The Strategy to Increase Users of PT Rantai Pasok Teknologi’s Digital Platform “Fishlog: B2B Marketplace” Platform. Supervised by NIMMI ZULBAINARNI and ANI NURAI SYAH.

Fishlog – B2B Marketplace is one of innovation from PT Rantai Pasok Teknologi which functions to connect suppliers and other business actors in the fishing industry. In the development of Fishlog – B2B Marketplace, PT Rantai Pasok Teknologi has been having a hard time to increase its users. This can be seen from the low number of downloads on *Playstore* and the small growth in *Marketplace* traffic since the year it was created. The purpose of this research is to identify conditions of usage, internal and external factors, and formulate strategies that can be used to increase users of the platform. The research used the 7P marketing mix analysis tools, IFE and EFE matrix, SWOT matrix, and QSPM so that it can identified the current conditions of platform usage and formulated alternative strategies and the priority of it based on the company's internal strengths and weaknesses also external opportunities and threats that could influence the Fishlog – B2B Marketplace running process. The research results showed that there are seven alternative strategies that can be implemented.

Keywords: *business-to-business* (B2B), *fishery*, *marketplace*, *strategy*, SWOT, QSPM

@Hakipya
@Nimmizulbainarni
@Aninuraisyah

Judul Skripsi : Strategi Peningkatan Pengguna Platform Digital “Fishlog: B2B Marketplace” PT Rantai Pasok Teknologi

Nama : Alya Ayu Antaresta

NIM : K1401201132

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si.



Pembimbing 2:

Ani Nuraisyah, STP, M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
14 Agustus 2024

Tanggal Lulus:



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 Januari 2024 sampai bulan Juni 2024 ini adalah perumusan strategi, dengan judul “Strategi Peningkatan Pengguna Platform Digital “Fishlog: B2B Marketplace” PT Rantai Pasok Teknologi”.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang selalu mendukung penulis. Sebagai bentuk rasa syukur, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi., M.Si. dan Ani Nuraisyah, S.T.P., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa dengan sepenuh hati memberikan bimbingan, waktu, tenaga, motivasi, dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dosen penguji dan seminar yang telah ikut membimbing dan memberikan saran serta masukan untuk perbaikan skripsi ini.
3. Bapak Ibu Dosen Sekolah Bisnis IPB serta tim akademik yang telah mendidik, membimbing, dan membantu penulis selama perkuliahan.
4. Keluarga peneliti Bapak Heri Sujono dan Ibu Emy Oktaviani serta adik yang tidak hentinya memberikan doa, dukungan moral, dan material dengan penuh kasih sayang selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
5. Pihak PT Rantai Pasok Teknologi yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian terutama Bapak Abdul Halim selaku *co-founder*, Bapak Danny, Rachmat Yanuar, Lazzuardi Febrian, M Arif Abdul Hakim, Adhi R Bayuaji, Kandari, dan Yogy Arief yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi, data, serta pengalaman yang berharga selama proses penelitian dan pengambilan data.
6. Teman teman grup ‘Apa yaa?’ Putri, Rana, Ani, dan Dewi yang telah memberi semangat dan selalu ada untuk bertukar cerita
7. Teman teman kosan Elai, Dwila, Ismi, Siska, Nafa, Farah, Shafa, Cindhe, Abin, Ampy, Thania, Dijah yang telah bersama berjuang dan menemani penulis di perantauan
8. Teman teman Sekolah Bisnis 57 yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan.
9. Penulis yang telah menyelesaikan kewajiban tugas akhir ini dengan jerih payah semaksimal mungkin.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dari pembaca. Penulis berharap bahwa karya tulis ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan berkontribusi bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2024

Alya Ayu Antaresta

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 <i>E-commerce</i>	8
2.3 B2B Marketplace	9
2.4 Bauran Pemasaran 7P	9
2.5 Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> dan <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i>	10
2.6 Analisis SWOT	11
2.7 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	11
2.8 Penelitian terdahulu	11
2.9 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	14
3.1 Waktu dan Tempat	14
3.2 Jenis dan Sumber Data	14
3.3 Teknik Penentuan Responden	15
3.4 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	20
4.2 Kondisi <i>Existing</i> Penggunaan Platform Fishlog - B2B Marketplace	21
4.3 Analisis Kondisi Internal dan Eksternal Perusahaan	26
4.4 Analisis SWOT	36
4.5 QSPM	43
4.6 Rekomendasi	46
V SIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	75

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.



DAFTAR TABEL

1	Kategori jenis usaha mitra PT Rantai Pasok Teknologi	5
2	Jenis dan sumber data primer	14
3	Jenis dan sumber data sekunder	15
4	Indikator variabel internal	16
5	Indikator variabel eksternal	17
6	Matriks IFE & EFE (Rangkuti 1997)	18
7	Matriks SWOT	18
8	Format QSPM (David 2011)	19
9	Kekuatan dan kelemahan Fishlog – B2B marketplace	27
10	Hasil analisis matriks IFE	28
11	Peluang dan ancaman Fishlog – B2B marketplace	35
12	Hasil analisis matriks EFE	36
13	Matriks analisis SWOT	37
14	Hasil analisis QSPM	44

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah dan prediksi pengguna <i>e-commerce</i> di Indonesia dari tahun 2019 hingga 2028	1
2	Data total produksi tangkap perikanan Indonesia	2
3	Persentase pelaku usaha bidang pertanian, kehutanan, dan perikanan yang menggunakan layanan digital untuk usahanya	3
4	Perbandingan jumlah unduhan aplikasi Fishlog – B2B Marketplace di <i>Playstore</i> .	5
5	Kerangka proses B2B <i>marketplace</i>	9
6	Kerangka pemikiran	13
7	Sejarah perkembangan PT Rantai Pasok Teknologi	20
8	Skema proses bisnis PT Rantai Pasok Teknologi	21
9	Struktur organisasi PT Rantai Pasok Teknologi	24
10	Laman <i>website</i> perusahaan	26
11	Jumlah pengguna aktif Fishlog – B2B Marketplace	30

DAFTAR LAMPIRAN

1	Penelitian terdahulu	55
2	Pertanyaan Wawancara seputar Internal Perusahaan (<i>head of operation, product manager, dan karyawan</i>)	57
3	Pertanyaan Wawancara seputar eksternal perusahaan (<i>area manager Muara Baru</i>)	59
4	Pengisian Kuesioner Rating Faktor Internal	61
5	Pengisian Kuesioner Rating Faktor Eksternal	64
6	Pengisian Kuesioner Bobot Faktor Internal	66
7	Pengisian Kuesioner Bobot Faktor Eksternal	71
8	Pengisian Matriks QSPM	74