

PERLUASAN PEMASARAN *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA PENJUALAN KERIPIK TEMPE DI PT AZAKI FOOD INTERNASIONAL

ISMI WAHYUNI



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Perluasan Pemasaran *Online* melalui *Marketplace* Shopee pada Penjualan Keripik Tempe di PT Azaki Food Internasional” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. 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 laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari laporan proyek akhir saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Ismi Wahyuni
J0310211410

ABSTRAK

ISMI WAHYUNI. Perluasan Pemasaran *Online* melalui *Marketplace* Shopee pada Penjualan Keripik Tempe di PT Azaki Food Internasional. Dibimbing oleh AYUTYAS SAYEKTU.

PT Azaki Food Internasional merupakan perusahaan pengolahan pangan yang berlokasi di Kota Bogor. Permasalahan pada strategi pemasaran PT Azaki Food Internasional yaitu hanya fokus dengan model *business to business* (B2B) dan mengandalkan sistem PO (*pre-order*) yang menimbulkan ketergantungan tinggi terhadap fluktuasi permintaan pasar yang tidak selalu stabil setiap periode. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas perluasan pemasaran *online* melalui Shopee terhadap peningkatan penjualan keripik tempe pada PT Azaki Food Internasional. Metode yang digunakan meliputi analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan, regresi linear berganda untuk menguji pengaruh fitur Shopee *ads*, Shopee *live*, dan Shopee video terhadap penjualan, serta analisis R/C *ratio* untuk mengukur efisiensi usaha. Hasil SWOT menunjukkan peluang besar pada tren digitalisasi pemasaran. Hasil regresi menunjukkan bahwa ketiga fitur promosi berpengaruh signifikan terhadap penjualan. R/C *ratio* meningkat dari 1,21 menjadi 1,36 setelah ekspansi melalui Shopee, yang menandakan usaha semakin efisien. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perluasan pemasaran melalui marketplace Shopee mampu meningkatkan daya saing dan penjualan produk secara signifikan.

Kata kunci: Keripik tempe, pemasaran digital, regresi linear berganda, shopee

ABSTRACT

ISMI WAHYUNI. Expansion of Online Marketing through Shopee Marketplace on Tempeh Chips Sales at PT Azaki Food Internasional. Supervised by AYUTYAS SAYEKTU.

PT Azaki Food Internasional was a food processing company located in Bogor City. The main issue with the company's marketing strategy was its heavy reliance on a business to business (B2B) model and a purchase order (PO) system, which led to a high dependency on fluctuating market demand that was not consistently stable in every period. This study aimed to analyze the effectiveness of expanding online marketing through Shopee in increasing the sales of tempeh chips at PT Azaki Food Internasional. The research methods used included SWOT analysis to identify the company's internal and external conditions, multiple linear regression to examine the effect of Shopee ads, Shopee live, and Shopee video on sales, and the R/C ratio analysis to assess business efficiency. The SWOT analysis showed that the company had strong opportunities in the growing trend of digital marketing. The regression analysis indicated that all three promotional features had a significant impact on sales. The R/C ratio increased from 1.21 to 1.36 after expanding marketing through Shopee, reflecting improved operational efficiency. This study concludes that expanding marketing through the Shopee marketplace can significantly enhance product competitiveness and sales.

Keywords: Digital marketing, multiple linear regression, shopee, tempe chips



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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

PERLUASAN PEMASARAN *ONLINE* MELALUI *MARKETPLACE* SHOPEE PADA PENJUALAN KERIPIK TEMPE DI PT AZAKI FOOD INTERNASIONAL

ISMI WAHYUNI

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Proyek Akhir : Perluasan Pemasaran *Online* melalui *Marketplace* Shopee pada Penjualan Keripik Tempe di PT Azaki Food Internasional

Nama : Ismi Wahyuni
NIM : J0310211410

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ayutyas Sayekti S.E., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 31 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Desember 2025 ini ialah Perluasan Pemasaran, dengan judul “Perluasan Pemasaran Online melalui *Marketplace* Shopee pada Penjualan Keripik Tempe di PT Azaki Food Internasional”.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu memberikan semangat serta dorongan agar dapat menyelesaikan proyek akhir ini, yaitu kepada Ibu Ayutyas Sayekti SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Cucup Ruhayat selaku CEO dan Bapak Nasih selaku pembimbing lapang yang telah mengizinkan dan membimbing penulis saat melakukan penelitian serta seluruh karyawan PT Azaki Food Internasional yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua penulis, Bapak Akhmad Kasim Siregar dan Ibu Herlina Situmorang serta Ikhsan Siregar selaku kakak dan Iren Tasya siregar selaku adik yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Teman-teman Manajemen Agribisnis angkatan yang saling memberikan dukungan. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga laporan proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Ismi Wahyuni

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	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 <i>Digital Marketing</i>	5
2.3 Penjualan	6
2.4 Keripik Tempe	7
2.5 <i>E-Commerce</i>	7
2.6 <i>Marketplace</i>	8
2.7 Kerangka Pemikiran	9
2.8 Penelitian Terdahulu	9
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	11
3.2 Jenis dan Sumber Data	11
3.3 Populasi dan Sampel	11
3.4 Analisis Data	12
3.5 Metode Analisis	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	15
4.2 Aspek Organisasi dan Manajemen Perusahaan	16
4.3 Aspek Sumberdaya Perusahaan	16
4.4 Unit Bisnis Perusahaan	17
4.5 Mengidentifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal	18
4.6 Merumuskan Strategi Pemasaran PT Azaki Food Internasional	27
4.7 Penerapan Pemasaran Promosi Terhadap Penjualan Keripik Tempe Langsung ke Konsumen (B2C) melalui <i>Marketplace</i> Shopee	29
4.8 Analisis Pengaruh <i>Marketplace</i> Shopee Terhadap Penjualan Keripik Tempe pada Azaki Food Internasional	36
V SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	44
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	61

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Data penjualan keripik tempe PT Azaki Food Internasional tahun 2024	2
2	<i>Marketplace</i> dengan pengunjung terbanyak di Indonesia tahun 2023	2
	Hasil survei pengguna <i>marketplace</i> bulan Oktober tahun 2024	3
	Proporsi nilai penjualan produk makanan dan minuman di <i>e-commerce</i> Indonesia 2023	3
	Penelitian terdahulu	10
	Persebaran pemasaran produk lokal PT Azaki Food Internasional	18
	Lingkungan eksternal makro PT Azaki Food Internasional	20
	Pesaing keripik tempe pada <i>marketplace</i> Shopee	21
	Lingkungan eksternal industri PT Azaki Food Internasional	22
10	Analisis lingkungan internal PT Azaki Food Internasional	25
11	Perbandingan harga keripik tempe B2C dan B2B	29
12	Penjualan keripik tempe pada <i>marketplace</i> Shopee November 2024-Februari 2025	36
13	Karakteristik responden	37
14	Hasil uji analisis linear berganda	39
15	Hasil pengujian koefisien determinasi (R ²)	40
16	Hasil Uji T (Parsial)	41
17	Perhitungan penerimaan dan pengeluaran sebelum penerapan Juni –	41
18	Perhitungan penerimaan dan pengeluaran sesudah penerapan November 2024–Februari 2025	42
19	Perhitungan R/C <i>ratio</i> keripik tempe	42

DAFTAR GAMBAR

1	Alur kerangka berpikir	9
2	Logo PT Azaki Food Internasional	15
3	Struktur organisasi PT Azaki Food Intenasional	16
4	Produk keripik tempe azaki berat 60 gram	28
5	Alir Barang dan uang pada <i>marketplace</i> shopee	31
6	Shopee video pada akun Shopee tempe azaki	34
7	Pengemasan paket Shopee	35

DAFTAR LAMPIRAN

1	Matriks SWOT pada PT Azaki Food Internasional	49
2	Tampilan toko Shopee	51
3	Performa toko Shopee	52
4	Etalase produk	53
5	Shopee <i>live</i>	53
6	Instrumen kuesioner penelitian	54
7	Uji validitas pada variabel X dan Y	58
8	Uji Realibitas pada variabel X dan Y	59