

UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ANGGREK MELALUI PEMANFAATAN *MARKETPLACE* DI PT ANTIKA ANGGREK INDONESIA

AMALIA PUTRI AZAHRAH



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 dengan judul “Upaya Peningkatan Volume Penjualan Anggrek melalui Pemanfaatan *Marketplace* di PT Antika Anggrek Indonesia” adalah karya saya dengan arahan 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 laporan proyek akhir ini.

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

Bogor, Juni 2025

Amalia Putri Azahrah
J0310211378



ABSTRAK

AMALIA PUTRI AZAHRAH. Upaya Peningkatan Volume Penjualan Anggrek melalui Pemanfaatan *Marketplace* di PT Antika Anggrek Indonesia. Dibimbing oleh NURLELA.

PT Antika Anggrek masih terdapat kelemahan yang dimiliki yaitu belum maksimal nya penjualan dan pemasaran melalui *marketplace* shopee. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis strategi pemasaran melalui *marketplace* shopee melalui pendekatan STP dan 7P, menganalisis pengembangan bisnis terkait perbandingan peningkatan penjualan sebelum dan sesudah memanfaatkan *marketplace* shopee, dan menganalisis pengaruh promosi melalui *marketplace* shopee yang diterapkan terhadap peningkatan volume penjualan. Metode yang digunakan meliputi analisis strategi pemasaran STP, bauran pemasaran 7P, dan analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh promosi yang diterapkan dalam penjualannya melalui pemanfaatan *marketplace* shopee terhadap peningkatan volume penjualan. Bauran pemasaran 7P terbukti efektif meningkatkan penjualan, dari 4 item dengan total penjualan Rp 400.000 menjadi 432 item dengan total penjualan Rp 145.901.160. Regresi sederhana menunjukkan promosi melalui shopee signifikan terhadap peningkatan penjualan ($t = 0,039 < 0,05$), membuktikan promosi shopee *ads* efektif meningkatkan penjualan di PT Antika Anggrek Indonesia.

Kata kunci: Anggrek, *marketplace*, peningkatan penjualan, promosi, strategi pemasaran

ABSTRACT

AMALIA PUTRI AZAHRAH. Efforts to Increase Orchid Sales Volume through Utilization of Marketplace at PT Antika Anggrek Indonesia. Supervised by NURLELA.

PT Antika Anggrek Indonesia still has weaknesses in that it's sales and marketing efforts through the shopee marketplace have been optimized. The purpose of this study is to analyze marketing strategies through the shopee marketplace using the STP and 7P approaches, examine business development by comparing sales performance before and after utilizing the shopee marketplace, and analyze the impact of promotional efforts on shopee on the increase in sales volume. The methods use include STP marketing strategy analysis, the 7P marketing mix, and simple linear regression analysis to determine the effect of promotional activities through the shopee marketplace on sales volume. The 7P marketing mix has proven effective in increasing sales, from 4 items with a total sales of Rp 400.000 to 432 items with a total sales of Rp 145.901.160. Simple regression shows that promotion through shopee has a significant effect on sale increase ($t = 0,039 < 0,05$), proving that shopee ads are effective in boosting sales at PT Antika Anggrek Indonesia.

Keywords: Marketing strategy, marketplace, orchid, promotion, sales improvement



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 apa pun tanpa izin IPB.

UPAYA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN ANGGREK MELALUI PEMANFAATAN *MARKETPLACE* DI PT ANTIKA ANGGREK INDONESIA

AMALIA PUTRI AZAHRAH

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 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 University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Drs. D.Iwan Riswandi, SE., M.Si.



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



Judul Proyek Akhir : Upaya Peningkatan Volume Penjualan Anggrek melalui Pemanfaatan *Marketplace* di PT Antika Anggrek Indonesia

Nama : Amalia Putri Azahrah

NIM : J0310211378

Disetujui oleh

Pembimbing:
Nurlela, S.P., 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.
NPI. 196607171992031003

Tanggal Ujian: 26 Juni 2025

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 Juli 2024 sampai bulan Desember 2024 ini ialah pemasaran, dengan judul “Upaya Peningkatan Volume Penjualan Anggrek melalui Pemanfaatan *Marketplace* di PT Antika Anggrek Indonesia”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada papah saya Amir Hidayat, mamah saya Nurhasanah, dan kakak-kakak saya yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ungkapkan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pembimbing ibu Nurlela, S.P., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi masukan serta saran kepada penulis. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada ibu Intani Dewi S.Pt., M.Sc., M.Si., ibu Jihan Zakia Adila, SE., M.Si selaku dosen moderator seminar hasil yang telah memberikan masukan kepada penulis, dan bapak Dr. Drs. D.Iwan Riswandi, SE., M.Si. selaku penguji sidang akhir penulis yang telah memberikan masukan dan sarannya kepada penulis. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada mas Adi Kristianto, S.Kom. selaku direktur PT Antika Anggrek Indonesia, mas Eva Trisianto, S.P. selaku *general manager* PT Antika Anggrek Indonesia, dan seluruh karyawan PT Antika Anggrek Indonesia yang telah membantu selama pengumpulan data. Saya ucapkan terimakasih juga kepada Mutiara dan Safira selaku teman dekat saya selama kuliah serta PKL yang telah memberi dukungan, semangat, dan canda tawa nya ketika saya sedang melaksanakan PKL. Selain itu, saya juga berterimakasih kepada Irlina, Emia, dan Melani selaku teman kos saya yang telah bersama-sama berjuang berbagi ilmu, cerita, dan telah menemani saya dari awal perkuliahan hingga saat ini. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, 26 Juni 2025

Amalia Putri Azahrah



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pemasaran	5
2.2 Strategi Pemasaran	5
2.3 <i>Marketplace</i>	8
2.4 Volume Penjualan	9
2.5 Penelitian Terdahulu	10
2.6 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
3.2 Data dan Sumber Data	13
3.3 Metode Analisis Penelitian	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	17
4.2 Bauran Pemasaran Dalam PT Antika Anggrek Indonesia	18
4.3 Pengembangan Bisnis Sebelum Dan Sesudah Pemanfaatan Shopee <i>Ads</i>	28
4.4 Analisis Pengaruh Promosi Shopee <i>Ads</i> Terhadap Volume Penjualan	35
V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	53



DAFTAR TABEL

1	Data penjualan shopee tahun 2021-2023	3
2	Penelitian terdahulu	10
3	Harga jual produk <i>marketplace</i> shopee 2024-2025	21
4	Penggunaan shopee <i>ads</i>	24
5	Penggunaan fitur sebelum dan sesudah pengembangan bisnis	28
6	Data penjualan sebelum pemanfaatan shopee	34
7	Data penjualan sesudah pemanfaatan shopee	34
8	Jumlah promosi shopee <i>ads</i> dan penjualan shopee	35
9	Uji koefisien determinasi	36
10	Uji F	36
11	Uji T	37
12	Hasil regresi linear sederhana	37

DAFTAR GAMBAR

1	Statistik kunjungan <i>marketplace</i> Indonesia tahun 2024	2
2	Kerangka pemikiran	12
3	Logo PT Antika Anggrek Indonesia	17
4	Struktur organisasi perusahaan	17
5	Tampilan produk di etalase <i>marketplace</i> shopee	20
6	<i>Marketplace</i> shopee PT Antika Anggrek Indonesia	23
7	Produk yang di iklankan pada fitur pencarian	24
8	Interaksi dalam pesan dan balasan ulasan shopee	25
9	Proses pemesanan pada <i>marketplace</i> shopee	26
10	Pengemasan produk dan Ulasan konsumen shopee	27
11	Pengikut dan mengikuti sebelum pemanfaatan	28
12	Pengikut dan mengikuti sesudah pemanfaatan	29
13	Penilaian sebelum pemanfaatan	29
14	Penilaian sesudah pemanfaatan	30
15	Fitur <i>chat</i> sebelum pemanfaatan	31
16	Fitur <i>chat</i> sesudah pemanfaatan	32
17	Logo <i>star seller</i> sebelum pemanfaatan	33
18	Logo <i>star seller</i> sesudah pemanfaatan	33

DAFTAR LAMPIRAN

1	Diskusi penerapan <i>marketplace</i> -shopee <i>ads</i> bersama kepala direktur	48
2	Tahapan penerapan dan pengisian saldo shopee <i>ads</i>	48
3	Proses pembalasan <i>chat</i> dari konsumen <i>marketplace</i> shopee	50
4	<i>Pick up</i> pesanan <i>instant</i> melalui kurir <i>marketplace</i> shopee	51
5	Output spss analisis regresi linear sederhana	51
6	Tren penjualan <i>marketplace</i> shopee	52