



PENETAPAN PRIORITAS STRATEGI BAURAN PEMASARAN OLAHAN KAKAO PADA PT OLAM FOOD INGREDIENTS (OFI)

OCE YUNITRIA



**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 “Penetapan Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Olahan Kakao Pada PT Olam Food Ingredients (OFI)” 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 karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Oce Yunitria
J0310211030

ABSTRAK

OCE YUNITRIA. Penetapan Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Olahan Kakao pada PT Olam Food Ingredients (OFI). Dibimbing oleh SAFIRA FATHIN.

PT Olam Food Ingredients (OFI) merupakan perusahaan pengolah an dan ekspor biji kakao yang mengalami permasalahan pemasaran seperti keterbatasan variasi produk, harga yang kurang kompetitif, distribusi yang belum optimal serta promosi yang terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bauran pemasaran 4P, menetapkan prioritas strategi pemasaran dan rekomendasi perbaikan strategi pemasaran. Analisis dilakukan secara deskriptif terhadap elemen produk, harga, tempat (distribusi), dan promosi. Selanjutnya metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) digunakan untuk menentukan strategi prioritas berdasarkan tiga tujuan pemasaran: meningkatkan penjualan, memperluas pangsa pasar, dan mempromosikan olahan kakao. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa strategi produk merupakan prioritas utama dengan bobot (0,05), diikuti distribusi (0,03), promosi (0,02), dan harga (0,002). Rekomendasi perbaikan strategi meliputi peningkatan mutu dan variasi produk, inovasi kemasan, penyesuaian harga kompetitif, diversifikasi metode promosi, serta optimalisasi saluran distribusi. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan daya saing PT OFI di pasar lokal maupun internasional.

Kata Kunci: AHP, bauran pemasaran, kakao, strategi pemasaran

ABSTRACT

OCE YUNITRIA. Determining the Priority of Cocoa Product Marketing Mix Strategy at PT Olam Food Ingredients (OFI). Supervised by SAFIRA FATHIN.

PT Olam Food Ingredients (OFI) is a cocoa bean processing and exporting company that faces several marketing challenges, including limited product variation, uncompetitive pricing, suboptimal distribution, and under developed promotional strategies. This study aims to analyze the 4P marketing mix strategy, determine the priority of marketing strategies, and propose recommendations for strategic improvements. A descriptive analysis was conducted on the marketing mix elements: product, price, place (distribution), and promotion, furthermore, the *Analytical Hierarchy Process* (AHP) method was applied to determine strategic priorities based on three marketing objectives: increasing sales, expanding market share, and promoting cocoa based products. The results indicate that the product strategy is the top priority with a weight of (0,05), followed by distribution (0,03), promotion (0,02), and price (0,002). Recommended strategic improvements include enhancing product quality and variety, packaging innovation, competitive pricing adjustments, diversification of promotional methods, and optimization of distribution channels. These strategies are expected to improve PT OFI's marketing effectiveness and competitiveness in both local and international markets.

Keywords: AHP, cocoa, marketing mix, marketing strategy



@Hak cipta milik IPB University

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.

© 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.

PENETAPAN PRIORITAS STRATEGI BAURAN PEMASARAN OLAHAN KAKAO PADA PT OLAM FOOD INGREDIENTS (OFI)

OCE YUNITRIA

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 : Penetapan Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Olahan Kakao pada PT Olam Food Ingredients (OFI)
Nama : Oce Yunitria
NIM : J0310211030

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing:
Safira Fathin, S.E., M.Sc.

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:
25 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Subhannahu wa Ta'ala atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya. sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan proyek akhir ini yang berjudul "Penetapan Prioritas Strategi Bauran Pemasaran Olahan Kakao pada PT Olam Food Ingredients (OFI). Laporan proyek akhir ini disusun sebagai salah satu untuk memperoleh gelar sarjana terapan di program studi manajemen agribisnis, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Laporan proyek akhir ini merupakan cerminan dari perjalanan panjang yang penuh, tantangan, pengorbanan, dan doa yang tak pernah terputus. Dalam momen ini, penulis ingin mempersembahkan karya ini untuk sosok yang sangat dirindukan, alm. ayah tercinta. Meski ayah telah tiada, cinta dan semangat hidupnya tetap menjadi bagian dari setiap langkah penulis. Doa penulis selalu menyertai Ayah, semoga Allah melapangkan jalan dan tempat terbaik disisi-Nya. Semua capaian ini adalah bagian dari janji yang ingin penulis penuhi sebagai bentuk cinta dan penghargaan kepada ayah.

Ucapan terima kasih yang terdalem penulis sampaikan kepada mama tercinta, perempuan kuat yang selalu hadir dalam suka dan duka. Terima kasih atas kasih sayang, doa yang tak pernah henti, dan kesabaran yang begitu luas. Mama adalah alasan mengapa penulis mampu berdiri dan melangkah sejauh ini.

Penulis juga menyampaikan rasa hormat dan terimakasih kepada, Ibu Safira Fathin, SE., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan laporan proyek akhir ini. Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. selaku ketua program studi manajemen agribisnis, serta bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi IPB yang telah memberikan dukungan akademik dan administratif. Bapak Chrisbriannata Keliat selaku perwakilan dari PT OFI yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian, serta seluruh staff PT OFI atas bantuan dan kerja samanya selama proses magang dan pengumpulan data. Kepada seluruh keluarga yang selalu memberikan cinta, doa, dan semangat yang tak pernah putus dalam setiap langkah hidup penulis. Kepada kekasih tercinta, yang telah menjadi sumber semangat, tempat berbagi keluh kesah, dan pendukung serta ditengah tantangan yang penulis hadapi selama proses penyusunan laporan proyek akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang.

Bogor, Juli 2025

Oce Yunitria



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kakao	7
2.2 Strategi Pemasaran	7
2.3 Bauran Pemasaran	7
2.4 Analytical Hierarchy Process (AHP)	8
2.5 Kerangka Pemikiran Operasional	9
2.6 Penelitian dahulu yang relevan	10
III METODE	11
3.1 Lokasi dan Waktu PKL	11
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Sejarah umum perusahaan	17
4.2 Kegiatan Lembaga	18
4.3 Struktur Organisasi	26
4.4 Bauran pemasaran 4P PT OFI	27
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51
RIWAYAT HIDUP	63



DAFTAR TABEL

1	Volume dan nilai ekspor kakao di Indonesia tahun 2019 -2023	2
2	Perusahaan terbesar pengolahan biji kakao di Indonesia tahun 2024	2
3	Jumlah produksi cocoa powder PT OFI tahun 2021-2024	3
4	Penelitian dahulu yang relevan	10
5	Daftar informan internal PT OFI dan alasan pemilihannya	11
6	Penilaian tingkat kepentingan AHP	15
7	Mesin <i>upstream</i>	19
8	Mesin <i>downstream</i>	19
9	Harga biji cocoa PT OFI tahun 2024	30
10	Bobot dan prioritas tujuan pemasaran PT OFI	37
11	Bobot dan prioritas berdasarkan tujuan pemasaran	38
12	Bobot dan prioritas subbaauran berdasarkan meningkatkan penjualan	39
13	Prioritas dan prioritas subbaauran tujuan memperluas pangsa pasar	40
14	Bobot dan prioritas subbaauran tujuan mempromosikan olahan kakao	41
15	Bobot dan prioritas subbaauran pemasaran PT OFI	43
16	Standar Operasional Prosedur (SOP) Strategi Bauran Pemasaran PT Olam Food Ingredients (OFI)	46

DAFTAR GAMBAR

1	Data volume produksi kakao di Indonesia tahun 2019-2023	1
2	Kerangka Pemikiran	9
3	Bauran pemasaran	12
4	Logo perusahaan	18
5	<i>Nibs roasting</i>	22
6	<i>Cocoa butter processing</i>	23
7	Struktur organisasi PT OFI tahun 2024	26
8	<i>Cocoa powder</i>	28
9	<i>Cocoa butter</i>	28
10	<i>Cocoa liquor</i>	28
11	<i>Cocoa cake</i>	28
12	Tujuan aliran distribusi PT OFI	32
13	Hierarki pengambilan keputusan pada PT OFI	33
14	Hierarki strategi pemasaran olahan kakao pada PT OFI	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kusioner penelitian	52
2	Wawancara online dan pengisian kusioner penelitian dengan pihak internal PT OFI	61
3	<i>Sales monitoring</i> dan kemasan produk (<i>huysman</i>)	62