

**IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN MELALUI
MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN OMZET
PADA RESTO AYAM PENYET MBAK ZUNI**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



Oleh
Agustin Wahyu Septiawati
202511027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MELALUI MARKETPLACE
DALAM MENINGKATKAN OMZET
PADA RESTO AYAM PENYET MBAK ZUNI**

Oleh

Agustin Wahyu Septiawati

202511027

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Untuk memenuhi salah satu syarat Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 28 Juni 2023

Ketua Penguji



(Irvan FC Oentoeng SE.,MM)

NIDN :0411118204

Anggota Penguji



(Ahmad Zulfahmi, SE., MM)

NIDN : 0416078605

Ketua Program Studi



(Eddy Setyanto, S.sos., M.Si)

NIDN : 0325107402



TANDA PERSETUJUAN MAGANG

Nama : Agustin Wahyu Septiawati
NIM : 202511027
Jurusan : Manajemen
Bidang Studi : S1 Manajemen
Judul LPKL : Analisis Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam
Meningkatkan Omzet Pada Resto Ayam Penyet Mbak Zuni.

Magang tersebut disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen, Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 28 Juni 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Eddy Setyanto, S.sos., M.Si)

Dosen Pembimbing

(Ahmad Zulfahmi, SE., MM)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG
PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 28/Juni/2023

Yang membuat pernyataan



(Agustin Wahyu Septiawati)

ABSTRAK

Peneliti mengambil lokasi penelitian di Resto Ayam Penyet Mbak Zuni, dengan judul penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Marketplace Dalam Meningkatkan Omzet. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan melalui marketplace. Mengetahui kendala yang sering terjadi dalam pemasaran online dan mengetahui cara untuk menumbuhkan minat beli pelanggan. Tahap pengumpulan data penelitian yaitu melakukan proses wawancara tatap muka dengan narasumber, observasi serta dokumentasi, dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa strategi yang dilakukan Resto Mbak zuni untuk meningkatkan omzet yaitu melalui marketplace dengan menawarkan promosi dan diskon. Strategi pemasaran ini untuk menarik perhatian pelanggan. Penawaran khusus ini dapat mendorong pembelian impulsif dan meningkatkan jumlah penjualan.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Marketplace, Omzet.

ABSTRACT

The researcher took the research location at Mbak Zuni's Penyet Chicken Resto, with the research title "Analysis of Marketing Strategies Through Marketplaces in Increasing Turnover. The purpose of this research is to find out the marketing strategy in increasing sales through the marketplace. Knowing the obstacles that often occur in online marketing and knowing ways to grow customer buying interest. The research data collection stage is conducting face-to-face interviews with informants, observation and documentation, and literature studies. Based on the results of this study, the researchers concluded that the strategy used by Resto Mbak Zuni to increase turnover was through the marketplace by offering promotions and discounts. This marketing strategy is to attract the attention of customers. These special offers can encourage impulse buying and increase sales volume.

Keywords: Strategy, Marketing, Marketplace, Turnover.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini. Dari hasil yang telah dilakukan dan dicapai selama penulis mengikuti Praktik Magang di Resto Ayam Penyet Spesial Mbak Zuni Bekasi selama 3 bulan, terhitung dari tanggal 20 Maret 2023 sampai dengan 28 Juni 2023.

Laporan M ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti Bekasi. Penulis menyadari atas keterbatasan dalam penyusunan laporan ini. Namun berkat doa, dukungan, bimbingan dan semangat yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dapat diselesaikan laporan ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih baik secara langsung maupun secara tidak langsung, yaitu kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan kelancaran serta rahmat yang melimpah.
2. Bapak Drs. Widyatmoko ,. MM., M.I,Kom selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., MSi. selaku Kepala Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.
4. Bapak Ahmad Zulfahmi, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk serta saran sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh staff dan karyawan Resto Ayam Penyet Mbak Zuni yang telah menjadi keluarga kedua saya selama proses magang berlangsung.
6. Kedua orang tua penulis yang telah memberi bantuan dan dukungan berupa moral maupun materi.
7. Teman-teman S1 Jurusan Manajemen tahun 2023.
8. Dan terakhir, kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
TANDA PERSETUJUAN MAGANG	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG	iv
PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Magang	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.5. Teori Relevan.....	6
1.5.1. Pengertian Manajemen	6
1.5.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
1.5.3. Pengertian Pemasaran	7
1.5.4. Strategi Pemasaran.....	8
1.5.5. Digital Marketing.....	9
1.5.6. Saluran Pemasaran Online	10
1.5.7. Marketplace	12
1.5.8. Strategi Pemasaran menggunakan Marketplace	14
1.6. Metode Praktik Kerja Lapangan.....	15
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	16
2.1. Sejarah Perusahaan	16
2.2. Struktur Organisasi	16

2.3. Kegiatan Organisasi/Departemen	18
BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN	20
3.1. Penempatan Dan Jadwal Magang	20
3.2. Uraian Deskripsi Tugas	20
3.3. Pembahasan (Temuan Masalah)	24
3.3.1. Kendala Order & Kendala Promosi Pada Marketplace	24
3.3.2. Strategi Untuk Meningkatkan Minat Beli.....	26
3.3.3.Rekomendasi dan Saran Untuk Resto Mbak Zuni.....	27
BAB IV PENUTUP	29
4.1. Kesimpulan	29
4.2. Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
Lampiran – Lampiran.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Pertumbuhan UMKM	2
Gambar 2 Struktur Organisasi.....	17
Gambar 3 Contoh Konten di Media Sosial	21
Gambar 4 Contoh Konten di Media Sosial	21
Gambar 5 Tampilan Menu di Marketplace	22
Gambar 6 Tampilan Order di Marketplace	22
Gambar 7 Persentase penjualan melalui marketplace.....	23
Gambar 8 Persentase penjualan melalui marketplace.....	24