

## RINGKASAN

**Penerapan strategi pemasaran digital pada produk cokelat melalui shopee live di PT Kampung Coklat Blitar.** Widya Anggraeny, NIM D41222009, Tahun 2025, Program Studi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Dosen Pembimbing: Dinu Saadilah, S.T., M.MT.

Politeknik Negeri Jember (Polije) merupakan institusi pendidikan vokasi yang menekankan penguasaan keterampilan teknis untuk menyiapkan mahasiswa memasuki dunia kerja. Salah satu kegiatan wajib pada Program Studi Manajemen Agroindustri adalah magang industri selama 800 jam. Kegiatan ini bertujuan memberi pengalaman nyata, melatih kemampuan teknis, serta menguatkan kompetensi mahasiswa.

PT Kampung Coklat Blitar adalah perusahaan agroindustri berbasis kakao yang mengolah, memproduksi, dan memasarkan berbagai produk olahan cokelat. Selain sebagai area wisata edukasi, perusahaan ini juga mengembangkan strategi pemasaran digital melalui platform e-commerce, salah satunya Shopee Live. Platform live selling ini digunakan untuk meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat interaksi dengan konsumen, serta mendorong konversi penjualan. Selama kegiatan magang, mahasiswa terlibat langsung dalam berbagai divisi seperti produksi, galeri, cooking class, chocolate creative, kemitraan, serta online office yang berfokus pada pemasaran digital. Fokus utama laporan ini adalah penerapan strategi pemasaran melalui Shopee Live pada periode 17–30 Oktober 2025.

Hasil pengamatan menunjukkan fenomena menarik yaitu jumlah penonton live yang relatif rendah (2–15 penonton), namun jumlah checkout tinggi dan stabil (40–117 transaksi). Hal ini mengindikasikan bahwa performa penjualan tidak bergantung pada jumlah penonton live secara real time. Pembelian justru lebih banyak dipengaruhi oleh algoritma Shopee, promo flash sale, voucher, perilaku repeat order, serta eksposur media sosial lain seperti Instagram, TikTok, dan radio lokal. Shopee Live berperan sebagai pemicu visibilitas produk di platform, bukan

sebagai satu-satunya media penjualan. Beberapa faktor internal dan eksternal turut memengaruhi performa live, antara lain konsistensi jadwal siaran, teknik komunikasi host, kualitas visual, strategi diskon, traffic Shopee, hingga perilaku belanja konsumen di akhir bulan.

Melalui analisis Diagram Ishikawa, ditemukan penyebab permasalahan dalam live selling, seperti kurangnya pelatihan host, teknik promosi yang belum optimal, keterbatasan peralatan, pencahayaan kurang memadai, hingga variasi produk yang kurang diperbarui. Alternatif solusi diarahkan pada peningkatan keterampilan host, optimalisasi *script live*, peningkatan kualitas visual, serta penyesuaian strategi harga dan promo.

Secara keseluruhan, pelaksanaan magang memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam memahami proses operasional perusahaan, sistem pemasaran digital, serta pengelolaan penjualan melalui *e-commerce*. Diharapkan hasil magang ini dapat menjadi kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital dan pengembangan penjualan berbasis *live commerce*.

**(Jurusan Manajemen Agribisnis, program studi D-IV Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember)**