



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



PEMASARAN *SOY MILK* VILMUT DI SHOPEE

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Disusun oleh:
AURA INDDY SAREZH SAREZHQY
2008311002

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR



PEMASARAN SOY MILK VILMUT DI SHOPEE

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:
AURA INDDY SAREZH SAREZHQY
2008311002

**PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN
UNTUK WARGA NEGARA BERKEBUTUHAN KHUSUS
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

AGUSTUS 2023



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir ini telah saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah dan kajian dari penulisan.

Nama : Aura Inddy Sarezh Sarezhqy

NIM : 2008311002

Tanda Tangan :



Tanggal : 16 Agustus 2023.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Aura Inddy Sarezh Sarezhqy
NIM : 2008311002
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan TA : Pemasaran Soy Milk Vilmut di Shopee

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi D3 Manajemen Pemasaran untuk WNBK, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Fachrizal Mochsen, S.Sn., M.Sn. ()
Anggota Penguji 1 : Lini Anggriyani, S.T., M.M. ()
Anggota Penguji 2 : Rahma Nur Praptiwi, S.Si., M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 16 Agustus 2023

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M.
NIP.196404151990032002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSEJUTUAN

Nama Penyusun : Aura Inddy Sarezh Sarezhqy
Nomor Induk Mahasiswa : 2008311002
Jurusan/Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Studi : Pemasaran Produk *Soy Milk* Vilmut

Disetujui oleh:

Pembimbing 1


Rahma Nur Praptiwi, S.Si, M.M.
NIP.198801132018032001

Ketua Program Studi


Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M.
NIP.198811142019121001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aura Inddy Sarezh Sarezhqy
NIM : 2008311002
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Tugas Akhir Proyek

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalties Non-eksekutif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pemasaran Produk Soy Milk di Shopee.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Yang Menyatakan

Aura Inddy Sarezh Sarezhqy



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kita berbagai macam nikmat, sehingga aktifitas hidup yang kita jalani ini akan selalu membawa keberkahan, kesehatan, semangat dan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“PEMASARAN SOY MILK VILMUT DI SHOPEE”**

Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk Warga Negara Berkebutuhan Khusus Politeknik Negeri Jakarta. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Bapak Innas Rovino Katuruni, S.Hut., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Pemasaran untuk Warga Berkebutuhan Khusus Politeknik Negeri Jakarta
3. Ibu Rahma Nur Praptiwi., Sebagai Pembimbing Tugas Akhir
4. Para dosen pengajar dan tenaga kependidikan Prodi DIII MP-WNBK PNJ
5. Keluarga Besar dan Saudara yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis
6. Teman-teman Tuli yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis
7. Sahabat penulis yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis
8. Teman-teman penulis yang selalu mendukung, doa, dan semangat penulis

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu besar harapan penulis jika ada kritik dan saran yang membangun untuk lebih menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memenuhi syarat kelulusan Prodi D III

Manajemen Pemasaran PNJ dan dapat bermanfaat bagi sekitar.

Jakarta, Agustus 2023

Penulis

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRAK

Susu kedelai adalah minuman serupa susu yang dibuat dari kedelai. Minuman ini merupakan emulsi stabil minyak, air, dan protein. Susu kedelai memiliki komposisi yang mirip dengan susu: 3,5% protein, 2% lemak, serta 2,9% karbohidrat. Susu kedelai dapat dibuat dengan peralatan dapur sederhana dengan menggerus kedelai kering dengan air, ataupun dengan menggunakan mesin.

Adapun yang menjadi fokus permasalahan pada masyarakat bermula dari hasil usaha *D&A Foods and Beverage* dimana penulis memiliki usaha industri rumah tangga pengolahan susu kedelai dan belum menjalankan strategi pemasaran yang efektif. Dimana belum memiliki kemasan yang baik, belum memiliki merek, promosi yang masih sederhana dan distribusi yang belum ada.

Berdasarkan permasalahan ini perlu adanya peningkatan khususnya pada usaha industri rumah tangga susu kedelai di lingkungan penulis tentang strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Dengan adanya strategi pemasaran yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Kata Kunci: *Soy Milk* (susu kedelai), strategi marketing, bauran pemasaran

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



ABSTRACT

Soy milk is a milk-like drink made from soybeans. This drink is a stable emulsion of oil, water and protein. Soy milk has a composition similar to milk: 3.5% protein, 2% fat, and 2.9% carbohydrates. Soy milk can be made with simple kitchen equipment by grinding dry soybeans with water, or by using a machine.

As for the focus of problems in the community, it starts from the results of the D&A Foods and Beverage business where the author has a home industry business processing soy milk and has not implemented an effective marketing strategy. Where they don't have good packaging, they don't have a brand, promotions are still simple and distribution doesn't exist.

Based on this problem, it is necessary to increase, especially in the soy milk home industry business in the author's environment regarding an even better marketing strategy. With a better marketing strategy, it is expected to increase family income.

Keywords: Soy Milk (soy milk), marketing strategy, marketing mix

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	2
1.3 Manfaat Penelitian	2
1.4 Metode Penulisan	2
1.5 Sistematika Penulisan	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 <i>Soy Milk Vilmut</i>	4
2.2 <i>Market Place Shopee</i>	5
2.3 Bauran Pemasaran	13
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/PROSES PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK <i>SOY MILK VILMUT</i>	16
3.1 Profil dan Sejarah Perusahaan	16
3.2 Proses Penerapan Strategi Pemasaran	17
3.3 Logo	18
3.4 Membuat Akun Shopee	18
3.4.1. Cara Membuat Akun Shopee	18
3.4.2. Mulai Berjualan di Shopee	18
3.4.3. Cara Meng- <i>Upload</i> Produk di Shopee	23
BAB IV PEMBAHASAN	29
4.1 Pemasaran <i>Soy Milk Vilmut</i>	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	37

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penulisan

Peranan pemasaran di dalam dunia bisnis sangatlah strategis dan penting, mengingat tenaga pemasar merupakan ujung tombak dalam menjual suatu Produk dan Jasa yang dimiliki oleh seorang pengusaha, di era digital ini banyak strategi pemasaran yang dapat dilakukan. *Digital marketing* menurut Coviello, Milley And Marcolin (2001:26) adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. *Digital marketing* menurut Heidrick & Struggless (2009:1) adalah perkembangan dari *digital marketing* melalui web dan telepon genggam yang sangat berpengaruh.

Digital marketing menurut Ridwan Sanjaya & Josua Tarigan (2009:47) adalah kegiatan *marketing* termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Pengembangan aset digital, langkah pertama adalah menyiapkan identitas digital sebuah bisnis. Aktivitas yang dilakukan antara lain membangun website dan menyiapkan akun sosial media (contoh: Facebook, Instagram, YouTube, I).

Meningkatkan kunjungan website, yaitu dengan melakukan beberapa cara seperti optimalisasi mesin pencari, pemasangan iklan biaya per klik melalui Google Adsense dan lain-lain. Optimalisasi akun sosial media, yaitu mengupayakan peningkatan interaksi dengan para pengguna sosial media dengan cara menyiapkan dan mempublikasikan konten yang menarik.

Email sebagai alat komunikasi digital ini masih memiliki potensi peningkatan penjualan sebuah bisnis. Tidak dapat dipungkiri bahwa semua pengguna *smartphone* diwajibkan untuk memiliki akun email untuk bisa memanfaatkan fitur telepon genggam secara maksimal. Kondisi ini merupakan potensi yang sangat bagus jika dapat dimanfaatkan dengan baik. *Broadcast message* adalah bagian dari *digital marketing* yang masih bisa kita jumpai.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tak jarang kita masih mendapatkan *broadcast message* seperti pesan singkat (SMS), *Whatsapp*, hingga Sosial Media *Direct Message*.

1.2. Tujuan Penulisan

Tujuan Penulisan dalam Tugas Akhir ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar hasil penjualan produk *Soy Milk Vilmut* di *Market Place Shopee*.
2. Untuk mengetahui jumlah peminat produk *Soy Milk Vilmut* di *Market Place Shopee*.
3. Untuk menganalisis bauran pemasaran produk *Soy Milk Vilmut*.

1.3. Manfaat Penulisan

1. Manfaat yang diperoleh dari Penulisan Tugas Akhir secara pemasaran dan Konsentrasi adalah memberikan acuan yang tepat memasarkan produk “*Soy Milk Vilmut*”.
2. Bagi penulis menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dan didapat dari pengalaman dalam memasarkan produk.
3. Bagi masyarakat dengan adanya tulisan tugas akhir ini menjadi wawasan dan acuan dalam memasarkan produk.
4. Bagi Politeknik Negeri Jakarta dapat melakukan penelitian dan pengembangan terhadap ilmu pemasaran.

1.4. Metode Penulisan

Metode Penulisan yang digunakan untuk Menyusun Tugas Akhir dilakukan praktek dan penelitian pada *Home Industry* “*Soy Milk Vilmut*” dengan cara mengumpulkan data produksi dan penjualan dari metode pemasaran yang dilakukan dan dilakukan kajian, pembahasan dan pengambilan keputusan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir penjualan Produk *Soy Milk Vilmut* :

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang pemilihan topik, perumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, metode pelaksanaan, dan sistematika penulisan tugas akhir.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka memaparkan bahasan untuk menunjang Strategi Pemasaran Produk *Soy Milk* Vilmut di Shopee.

BAB 3: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN/PROSES PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK *SOY MILK* VILMUT

Memuat gambaran umum perusahaan *D&A Foods and Beverage*, pelaksanaan produksi dan strategi pemasaran produk.

BAB 4: PEMBAHASAN

Memaparkan tahap pemasaran produk yang dikembangkan dengan penerapan bauran pemasaran.

BAB 5: PENUTUP

Penulis menyampaikan kesimpulan dan saran terkait hasil dari pemasaran produk.





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.1. KESIMPULAN

Hasil dari proses pembuatan Tugas Akhir yang berjudul Pemasaran *Soy Milk* Vilmut di Shopee didapatkan beberapa hal yang dapat dijadikan rujukan yaitu:

1. Penerapan pemasaran di era digitalisasi dg media sosial dan *market place* Shopee dapat meringankan dari sisi tenaga, waktu serta dapat menjangkau area yg lebih luas karena diakses dengan media sosial, sehingga dapat menjual lebih banyak lagi produk yang dipasarkan.
2. Jumlah pemesan yang didapat dengan diterapkannya pemasaran melalui *market place* Shopee cukup signifikan dalam waktu yang relatif singkat
3. Dari analisa bauran pemasaran Produk *Soy Milk* Vilmut didapatkan bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen cukup diterima oleh pasar dengan alasan produk rasa enak, manisnya cukup, original, menyehatkan dan kemasannya menarik.

V.2. SARAN

Manfaat yang diharapkan dari penulisan ini adalah:

1. Bagi Pembaca, hasil penulisan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang Pemasaran Produk di *Market Place* Shopee. Khusus nya untuk pembaca yang ingin membuka usaha untuk memasarkan atau menjual di media sosial.
2. Bagi Penulis, hasil penulisan ini dapat sebagai pedoman untuk menambah ilmu dan wawasan tentang usaha Produk *Soy Milk Vilmut* dan proses pemasarannya.
3. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, Karya Tulis ini dapat menambah kepustakaan di perpustakaan sehingga dapat menambah kepustakaan di perpustakaan sehingga dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang pengetahuan Produk *Soy Milk* Vilmut dan pemasarannya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Bagi penulis lain, hasil penulisan ini agar dapat di jadikan tambahan wawasan ilmu mengenai pengetahuan Produk *Soy Milk* Vilmut dan pemasarannya dengan judul lain yang serupa.





DAFTAR PUSTAKA

1. *Business Model And Business Plan di Era 4.0*, Indra Mahardika Putra S.E., AK., M.Ak, Yogyakarta, Quadrant, 2021
2. *Digital Marketing di Era Digital*, Riadhus Sholihin. Yogyakarta, Anak Hebat Indonesia, 2023
3. *Susu Fermentasi Kedelai dan Madu, Potensi untuk Meningkatkan Kesehatan Tulang Wanita Menopause*, Sri Desfita, S.S.T., M.Kes., Wulan Sari, S.K.M., M.Epid., Dr. Yusmarini, S.Pt., M.P, dan Prof. Ir. Usman Pato, M.Sc.Ph.D.Yogyakarta, 2020

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA