



EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BUAH MELON PADA CV KIANA AGRI HIDROPONIK

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.

ZUL AFWAN



**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 akhir dengan judul “Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan Buah Melon pada CV Kiana Agri Hidroponik” 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 akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2025

Zul Afwan
J0310201157

- 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 mengikuti 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 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 mengurangi kepentingan wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ZUL AFWAN. Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan Buah Melon pada CV Kiana Agri Hidroponik. Dibimbing oleh ANDRI LATIF ASIKIN MANSJOER.

CV Kiana Agri Hidroponik memiliki kendala yaitu banyak buah melon yang tidak terserap oleh pasar secara maksimal saat musim panen dan menyebabkan buah tersebut mengalami pembusukan serta penurunan kualitas. Hal tersebut menunjukkan perlunya penerapan strategi promosi menggunakan media sosial yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen, menganalisis efektivitas sosial media yang dimiliki perusahaan (TikTok, Instagram, dan WhatsApp), merumuskan implikasi manajerial, serta menganalisis *R/C Ratio*. Metode yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, regresi linear berganda, dan *R/C Ratio* dengan responden sebanyak 206 orang. Penelitian ini dilakukan di CV Kiana Agri Hidroponik pada 31 Juli 2024 – 13 Januari 2025. TikTok memiliki pengaruh tertinggi sebesar 23,7%, dibandingkan media sosial lainnya dan mengindikasikan TikTok merupakan alat promosi yang paling efektif dan mampu meningkatkan nilai *R/C Ratio* sebesar 11%. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok secara optimal dapat meningkatkan volume penjualan di CV Kiana Agri Hidroponik.

Kata kunci: buah melon, efektivitas, media sosial, pemasaran

ABSTRACT

ZUL AFWAN. Effectiveness of Utilizing Social Media to Increase the Sales Volume of Melon Fruit at CV Kiana Agri Hidroponik. Supervised by ANDRI LATIF ASIKIN MANSJOER.

CV Kiana Agri Hidroponik has a challenge where many melons are not maximally absorbed by the market during the harvest season, leading to fruit decay and a decline in quality. This indicates the need for the implementation of effective promotional strategies using social media to increase sales volume. This research aims to identify consumer characteristics, analyze the effectiveness of the company's social media (TikTok, Instagram, and WhatsApp), formulate managerial implications, and analyze the *R/C Ratio*. The methods used include descriptive statistical analysis, multiple linear regression, and *R/C Ratio*, with 206 respondents. This study was conducted at CV Kiana Agri Hidroponik from July 31, 2024, to January 13, 2025. TikTok has the highest influence of 23.7% compared to other social media and indicates that TikTok is the most effective promotional tool capable of increasing the *R/C Ratio* by 11%. These findings suggest that the optimal utilization of TikTok can enhance sales volume at CV Kiana Agri Hidroponik.

Keywords: effectiveness, marketing, media social, melon fruit



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.



**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BUAH
MELON PADA CV KIANA AGRI HIDROPONIK**

ZUL AFWAN

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.

Penguji pada ujian Proyek Akhir: Uding Sastrawan, SP., M.Si



Judul Proyek Akhir : Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan Buah Melon pada CV Kiana Agri Hidroponik
Nama : Zul Afwan
NIM : J0310201157

@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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

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

Disetujui oleh

Pembimbing:

Andri Latif Asikin Mansjoer., S.T.P., M.M.

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

IPB University
Tanggal Ujian: 4 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 tepat pada waktunya. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Januari 2025 di CV Kiana Agri Hidroponik ialah pemasaran buah melon, dengan judul “Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan Buah Melon pada CV Kiana Agri Hidroponik”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Bapak Andri Latif Asikin Mansjoer., S.T.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. selaku ketua program studi Manajemen Agribisnis dan pembimbing akademik, lalu kepada moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Ir. H. Dwi Hendro Priyotomo selaku pemilik perusahaan CV Kiana Agri Hidroponik dan Bapak Fahrizal Kreshna Yudichandra, SP., M.Si selaku pembimbing lapang yang telah membantu selama pengumpulan data. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh karyawan CV Kiana Agri Hidroponik atas kebaikan hatinya memperkenalkan budidaya melon secara hidroponik. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua tersayang Ayah Muhammad Sidik, Ibu Rosida Eliza, keluarga Paman Abdul Syafrin, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Galuh Kusuma Waningsun Handayani dan Muhammad Rizky Raihan Aziz atas kerja sama, kebersamaan, dan dukungannya selama pelaksanaan magang industri sampai saat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dimas Fari, Dedelia, Filda, Renawati, Haryani, Daniela, Ayu, Fauzan, dan teman dekat penulis lainnya yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan pada penulisan proyek akhir ini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan keterbatasan tersebut. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2025

Zul Afwan



DAFTAR TABEL

x

DAFTAR GAMBAR

x

DAFTAR LAMPIRAN

x

I	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Rumusan Masalah	4
1.3	Tujuan	4
1.4	Manfaat	5
1.5	Ruang Lingkup	5
II	TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1	Melon	6
2.2	Pemasaran	6
2.3	Efektivitas	7
2.4	Media Sosial	8
2.5	Volume Penjualan	10
2.6	Penelitian Terdahulu	10
2.7	Kerangka Pemikiran	11
III	METODE	13
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	13
3.2	Data dan Sumber Data	13
3.3	Metode Analisis	13
3.4	Analisis Finansial	17
3.5	Populasi dan Sampel	18
IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	19
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	19
4.2	Karakteristik Responden	22
4.3	Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial	22
4.4	Strategi dan Implementasi Pemanfaatan Media Sosial yang Efektif untuk Meningkatkan Volume Penjualan	28
4.5	Perkembangan Sosial Media	32
4.6	Analisis Finansial	34
V	SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1	Simpulan	37
5.2	Saran	37
	DAFTAR PUSTAKA	38
	LAMPIRAN	43
	RIWAYAT HIDUP	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.



1	Provinsi penghasil buah melon terbesar di Indonesia 2022	1
2	Kabupaten penghasil buah melon terbesar di Jawa Tengah tahun 2022	1
3	Produksi buah melon CV Kiana Agri Hidroponik tiga musim panen	2
4	Penelitian terdahulu	11
5	Data dan sumber data penelitian	13
6	Aset CV Kiana Agri Hidroponik 2024	21
7	Karakteristik responden	22
8	Hasil uji validitas kuesioner efektifitas pemanfaatan media sosial	23
9	Hasil uji validitas kuesioner efektifitas pemanfaatan media sosial	24
10	Hasil analisis regresi linear berganda	24
11	Hasil uji normalitas	25
12	Hasil uji multikolinearitas	25
13	Hasil uji koefisien determinasi (<i>r-square</i>)	27
14	Data panen CV Kiana Agri Hidroponik bulan Juni dan November	34
15	Penjualan buah melon sebelum dan sesudah penerapan	35
16	Perubahan penerimaan dan pengeluaran CV Kiana Agri Hidroponik	35
17	Analisis R/C rasio sebelum dan sesudah pemanfaatan	36

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2024	4
2	Kerangka pemikiran strategi pemanfaatan media sosial	12
3	Logo CV Kiana Agri Hidroponik	19
4	Struktur organisasi CV Kiana Agri Hidroponik 2024	19
5	Hasil uji heteroskedastisitas	26
6	Akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	28
7	Konten akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	30
8	Penggunaan <i>hashtag</i> di akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	30
9	Grafik waktu interaksi penonton di TikTok CV Kiana Agri	31
10	Pembelian iklan berbayar TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	31
11	Komunikasi akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik dengan	32
12	Jumlah pengikut akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	33
13	Persebaran lokasi pengikut	33
14	Kinerja akun TikTok CV Kiana Agri Hidroponik	34

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	44
2	Pendapatan dan pengeluaran CV Kiana Agri Hidroponik	47
3	Dokumentasi penyebaran kuesioner penelitian	48
4	Dokumentasi kegiatan selama penelitian	49