



PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA KARIKSA KEBUNKU BANDUNG BARAT

MAURA PUTRI NUR AFIFAH



**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.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital melalui Instagram untuk Meningkatkan Pendapatan pada Kariksa Kebunku Bandung Barat” 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

Maura Putri Nur Afifah
J0310211148

ABSTRAK

MAURA PUTRI NUR AFIFAH. Pengaruh Pemasaran Digital melalui Instagram untuk Meningkatkan Pendapatan pada Kariksa Kebunku Bandung Barat. Dibimbing oleh MUH FATUROKHMAN.

Perkembangan teknologi informasi mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Media sosial yang banyak digunakan adalah Instagram, karena mampu menjangkau konsumen lebih luas dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital melalui media sosial Instagram terhadap peningkatan pendapatan pada usaha Kariksa Kebunku. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif dengan studi kasus tunggal. Teknik analisis data meliputi analisis regresi linear berganda, analisis deskriptif karakteristik konsumen, serta analisis finansial melalui laporan laba rugi dan R/C *ratio*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *collaboration* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan dan secara simultan keempat variabel pemasaran digital (*context, communication, connection, collaboration*) berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan. Selain itu, terjadi peningkatan penerimaan sebesar 27,5% dan peningkatan nilai R/C *ratio* dari 1,56 menjadi 1,90. Temuan ini menunjukkan pemasaran digital berpengaruh pada peningkatan finansial. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah pentingnya optimalisasi konten, interaksi konsumen, dan kolaborasi digital dalam pengelolaan akun Instagram bisnis.

Kata kunci: Instagram, pemasaran digital, pendapatan

ABSTRACT

MAURA PUTRI NUR AFIFAH. The Effect of Digital Marketing through Instagram to Increase Revenue at Kariksa Kebunku West Bandung. Supervised by MUH FATUROKHMAN.

The development of information technology encourages businesses to adapt through the use of digital media as a promotion. One of the most widely used social media platforms is Instagram, due to its ability to reach a broader and more interactive audience. This study aims to determine the effect of digital marketing through Instagram on increasing revenue at Kariksa Kebunku. Data analysis techniques include multiple linear regression analysis, descriptive analysis of consumer characteristics, and financial analysis through profit and R/C ratio. The results showed that the collaboration variable had a significant effect on revenue and simultaneously, the four digital marketing variables (*context, communication, connection, collaboration*) had a positive effect on increasing revenue. Additionally, there was a 27.5% increase in revenue and an improvement in the R/C ratio from 1.56 to 1.90. These finding shows that digital marketing has a positive impact on financial performance.

Keywords: Digital marketing, instagram, revenue



@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.

© 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.

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MELALUI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA KARIKSA KEBUNKU BANDUNG BARAT

MAURA PUTRI NUR AFIFAH

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.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

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



IPB University
— Bogor Indonesia —

- 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.

Perpustakaan IPB University



Judul Proyek Akhir

: Pengaruh Pemasaran Digital melalui Instagram untuk
Meningkatkan Pendapatan pada Kariksa Kebunku
Bandung Barat

Nama
NIM

: Maura Putri Nur Afifah
: J0310211148

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:

Muh Faturokhman, S.Pt., M.Si.

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: 18 Juni 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan di Kariksa Kebunku sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Desember 2024 ini yaitu “Pengaruh Pemasaran Digital melalui Instagram untuk Meningkatkan Pendapatan pada Kariksa Kebunku Bandung Barat”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing, Muh Faturokhman, S.Pt., M.Si. yang telah membimbing dan banyak memberi saran sepanjang proses penyusunan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan dosen penguji. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Krisma Riansyah, S.P. selaku pembimbing lapang di Kariksa Kebunku yang telah memberikan izin melakukan magang industri dan membantu selama pengumpulan data. Semoga proyek akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Maura Putri Nur Afifah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pemasaran Digital	4
2.2 Media Sosial Instagram	4
2.3 Persepsi Konsumen	5
2.4 Pendapatan Usaha	5
2.5 Penelitian Terdahulu	5
2.6 Batasan Penelitian	6
2.7 Kerangka Pemikiran	6
III METODE	8
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
3.2 Jenis dan Sumber Data	8
3.3 Populasi dan Sampel	8
3.4 Metode Analisis Data	9
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	14
4.1 Sejarah Perusahaan	14
4.2 Proses Produksi	15
4.3 <i>Social Media Marketing</i>	19
4.4 Analisis Statistik Deskriptif	23
4.5 Uji Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pendapatan	26
4.6 Analisis Finansial	31
4.7 Rekomendasi Manajerial	35
V SIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Simpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	41
RIWAYAT HIDUP	47



DAFTAR TABEL

1	Jumlah produksi bunga potong di Jawa Barat tahun 2021-2023	1
2	Penjualan Kariksa Kebunku bulan Maret-Agustus tahun 2024	2
3	Hasil uji validitas pendapatan	24
4	Hasil uji realibilitas	25
5	Karakteristik responden	25
6	Hasil uji normalitas	27
7	Hasil uji multikolinearitas	27
8	Hasil uji heteroskedastisitas	28
9	Hasil uji analisis linear berganda	28
10	Hasil uji T parsial	29
11	Hasil uji simultan (uji f)	30
12	Hasil uji koefisien determinasi <i>R square</i>	31
13	Elastisitas pemasaran digital	31
14	Perencanaan biaya tetap Kariksa Kebunku sebelum (September-Oktober 2024) dan sesudah (November-Desember 2024) penerapan Instagram	32
15	Perencanaan penjualan dan penerimaan bunga mawar potong di Kariksa Kebunku	33
16	Analisis pendapatan Kariksa Kebunku sebelum (September-Oktober 2024) dan sesudah (November-Desember 2024) penerapan Instagram	34
17	Analisis <i>R/C ratio</i> Kariksa Kebunku sebelum (September-Oktober 2024) dan sesudah (November-Desember 2024) penerapan Instagram	35

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran operasional	7
2	Lokasi Kariksa Kebunku	8
3	Logo perusahaan	14
4	Struktur organisasi Kariksa Kebunku tahun 2024	15
5	Penanaman bibit mawar	16
6	Penyiraman tanaman	17
7	Penyiangan gulma	17
8	Pemberian pupuk	17
9	Proses perundukan batang	18
10	Pengendalian hama tanaman	18
11	Sortasi bunga	19
12	Pengemasan bunga mawar	19
13	fitur Instagram bisnis	21
14	Profil, <i>feeds</i> , <i>reels</i> Instagram Kariksa Kebunku	22
15	<i>Color palette</i> konten Instagram	36



DAFTAR LAMPIRAN

1	Biaya variabel per dua bulan sebelum dan sesudah penerapan Instagram	41
2	Kuesioner pengaruh <i>context</i> , <i>communication</i> , <i>connection</i> , dan <i>collaboration</i> terhadap pendapatan	42
3	Hasil uji validitas <i>context</i> (X1), <i>communication</i> (X2), <i>connection</i> (X3), dan <i>collaboration</i> (X4)	46