



EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL MELALUI *PLATFORM* INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT BUKIT BAROS CEMPAKA

YULIANA FRANSISKA PAKPAHAN



**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 “Efektivitas Pemasaran Digital melalui *Platform* Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Bukit Baros Cempaka” 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

Yuliana Fransiska Pakpahan
J1310211023

ABSTRAK

YULIANA FRANSISKA PAKPAHAN. Efektivitas Pemasaran Digital melalui Platform Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Bukit Baros Cempaka. Dibimbing oleh WONNY AHMAD RIDWAN.

PT Bukit Baros Cempaka merupakan perusahaan olahan susu dengan kapasitas produksi tinggi. Volume penjualan melalui platform digital Instagram belum menunjukkan hasil yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan, mengevaluasi efektivitas penggunaan Instagram, serta mengkaji dampaknya terhadap peningkatan volume penjualan. Pendekatan analisis meliputi metode SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*), bauran pemasaran 7P, dan model *Honeycomb of Social Media* yang mencakup media, percakapan, dan jaringan. Data diperoleh dari insight Instagram serta jumlah klik pada tautan biografi akun resmi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan volume penjualan dari 144 unit menjadi 2.586 unit dengan persentase kenaikan sebesar 1,696%. Hasil tersebut membuktikan bahwa Instagram efektif digunakan sebagai media pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan dan keterlibatan konsumen terhadap produk PT Bukit Baros Cempaka.

Kata kunci: *Honeycomb of Social Media*, Instagram, pemasaran digital, volume penjualan

ABSTRACT

YULIANA FRANSISKA PAKPAHAN. The Effectiveness of Digital Marketing through the Instagram Platform to Increase Sales Volume at PT Bukit Baros Cempaka. Supervised by WONNY AHMAD RIDWAN.

PT Bukit Baros Cempaka is a dairy company with high production capacity. Sales volume through the Instagram digital platform has not shown optimal results. This study aims to analyze the digital marketing strategy implemented, evaluate the effectiveness of Instagram usage, and assess its impact on increasing sales volume. The analysis approach includes the SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) method, the 7P marketing mix, and the *Honeycomb of Social Media* model that includes media, conversations, and networks. Data was obtained from Instagram insights as well as the number of clicks on the company's official account biography link. The results showed an increase in sales volume from 144 units to 2.586 units with a percentage increase of 1,696%. These results prove that Instagram is effectively used as a digital marketing medium in increasing sales and consumer engagement with PT Bukit Baros Cempaka products.

Keywords: Digital marketing, *Honeycomb of Social Media*, Instagram, sales volume



@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.

EFEKTIVITAS PEMASARAN DIGITAL MELALUI *PLATFORM* INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT BUKIT BAROS CEMPAKA

YULIANA FRANSISKA PAKPAHAN

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 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.



Judul Proyek Akhir : Efektivitas Pemasaran Digital melalui *Platform* Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Bukit Baros Cempaka

Nama : Yuliana Fransiska Pakpahan
NIM : J1310211023

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Wonny Ahmad Ridwan, S.E., 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

Tanggal Ujian: 7 Juli 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Juni 2025 ini ialah “Efektivitas Pemasaran Digital melalui *Platform* Instagram untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Bukit Baros Cempaka”

Ungkapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ayah Bistok Pakpahan, ibu Nurmaya Sihotang, kakak Fernando Pakpahan, dan adik tercinta Gomgom Pakpahan, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing Bapak Dr. Wonny Ahmad Ridwan, S.E., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada PT Bukit Baros Cempaka yang telah memberi izin magang dan penelitian. Ungkapan terima kasih kepada Program Studi Manajemen Agribisnis Ibu Intani Dewi, S.Pt., M.Si. beserta jajaran dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan. Tidak lupa ucapan terima kasih kepada teman-teman yang memberikan dukungan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Yuliana Fransiska Pakpahan



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pemasaran Digital	6
2.2 Pemasaran Berbasis Instagram	6
2.3 <i>The Honeycomb of Social Media</i>	7
2.4 <i>SOAR (Strengths, Opportunities, Aspiration, Result)</i>	7
2.5 <i>Marketing Mix 7P</i> dalam Konteks Digital	9
2.6 Penelitian Terdahulu	10
2.7 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	12
3.1 Lokasi dan Waktu Magang Industri	12
3.2 Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data	12
3.3 Metode Analisis	12
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	17
4.2 Analisis <i>Platform</i> Pemasaran Digital yang digunakan	21
4.3 Pengembangan Strategi Penggunaan Instagram	22
4.4 Evaluasi Efektivitas Instagram sebagai Alat Pemasaran	36
4.5 Analisis Volume Penjualan Sebelum dan Sesudah	38
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	53



DAFTAR TABEL

1	Kabupaten produksi susu sapi segar terbesar di Jawa Barat 2024	1
2	Jumlah produksi dan penjualan PT Bukit Baros Cempaka tahun 2024	2
3	Analisis <i>Insight</i> Instagram @bukitbaroscempaka Januari-September 2024	22
4	Daftar harga produk PT Bukit Baros Cempaka pada akun Shopee	28
5	Data penggunaan Instagram ads PT Bukit Baros Cempaka 2025	31
6	Analisis <i>The Honeycomb Of Social Media</i> sebelum dan sesudah pemasaran PT Bukit Baros Cempaka 2025	36
7	Rincian volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka bulan Desember 2023 dan 2024	39
8	Rincian penjualan volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka bulan Januari 2024 dan 2025	40
9	Rincian volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka bulan Februari 2024 dan 2025	41
10	Rincian volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka bulan Maret 2024 dan 2025	42
11	Rincian volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka April 2024 dan 2025	43
12	Volume penjualan <i>online</i> sebelum dan sesudah pengembangan Instagram	44
13	Hasil volume penjualan <i>online</i> PT Bukit Baros Cempaka sebelum, sesudah dan rasio konversi	44

DAFTAR GAMBAR

14	Grafik perbandingan penjualan Januari-September 2024	2
15	Analisis insight Instagram Januari – September 2024	3
16	Persentase pengguna media sosial di Indonesia Februari 2025	4
17	Kerangka pemikiran	11
18	Logo PT Bukit Baros Cempaka	17
19	Struktur organisasi PT Bukit Baros Cempaka	18
20	Unggahan akun Facebook @barosbaroscempaka	22
21	<i>Data reach</i> Instagram @bukitbaroscempaka Januari-September 2024	23
22	Testimoni konsumen online di akun Instagram @bukitbaroscempaka	24
23	Fitur interaktif Instagram	24
24	Data statistik jenis makanan yang disukai	25
25	Foto <i>produk yogurth set plain</i> Baros pada Instagram	27
26	Postingan diskon dan harga produk di Instagram	29
27	Bio Instagram @bukitbaroscempaka	30
28	Linktree @bukitbaroscempaka	31
29	Konten Reels Instagram @febryankenz24	32
30	Komentar Instagram @bukitbaroscempaka	33
31	<i>Highlights</i> proses pemasaran Instagram	34



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.

32	Tampilan visual produk cheese stick	34
33	Unggahan foto lokasi produksi PT Bukit Baros Cempaka	35
34	Testimoni oelanggan Instagram @bukitbaroscempaka	35
35	Data Views Instagram	37
36	Overview Instagram setelah pemasaran	37
37	Data analisis insight Instagram	38

DAFTAR LAMPIRAN

38	Data <i>Insight</i> Instagram PT Bukit Baros Cempaka	51
39	Konten iklan pada akun Instagram @bukitbaroscempaka	52