STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT MADEFRESH INDONESIA

RACHMAWATI REZEKI UTAMI

MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025

@Hak cipta milik IPB University
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.
Perpustakaan IPB University

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul "Strategi Pemasaran melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Madefresh Indonesia" 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, Juni 2025

Rachmawati Rezeki Utami
J0310211235

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
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.
Perpustakaan IPB University

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.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

ABSTRAK

RACHMAWATI REZEKI UTAMI. Strategi Pemasaran melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Madefresh Indonesia. Dibimbing oleh ELANG ILIK MARTAWIJAYA.

PT Madefresh Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hortikultura dengan fokus pada budidaya melon hidroponik. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah hasil produksi yang belum seluruhnya terserap pasar, disebabkan oleh strategi pemasaran yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pemasaran melalui media sosial, menganalisis pengaruhnya terhadap volume penjualan dengan uji *Paired Sample t-Test*, serta mengevaluasi kelayakan finansial strategi yang diterapkan melalui analisis laba rugi. Hasil uji *Paired Sample t-Test* menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,767 > t tabel 2,776 dan nilai signifikansi *(Sig. 2-tailed)* sebesar 0,001 < 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, terdapat perbedaan yang signifikan antara volume penjualan sebelum dan sesudah penerapan strategi pemasaran melalui media sosial. Hasil analisis finansial menunjukkan adanya peningkatan laba bersih dari Rp206.644.627 menjadi Rp255.140.927 atau meningkat sebesar 19%. Hal ini menunjukkan strategi pemasaran melalui media sosial memberikan kontribusi dalam meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas PT Madefresh Indonesia.

Kata kunci: Kota Bogor, media sosial, *paired sample t-test*, pemasaran digital, wisata petik melon

ABSTRACT

RACHMAWATI REZEKI UTAMI. Social Media Marketing Strategy to Increase Sales Volume at PT Madefresh Indonesia. Supervised by ELANG ILIK MARTAWIJAYA.

PT Madefresh Indonesia is a company engaged in horticulture with a focus on the cultivation of hydroponic melons. The company faces a problem where its production output is not fully absorbed by the market, due to suboptimal marketing strategies. This study aims to formulate a marketing development strategy through social media, analyze its impact on sales volume using the Paired Sample t-Test, and evaluate the financial feasibility of the implemented strategy through profit and loss analysis. The results of the Paired Sample t-Test showed a t-value of 8,767 > 2,776 and a significance value (Sig. 2-tailed) of 0,001 < 0,05. Therefore, H_0 is rejected and H_1 is accepted, indicating a significant difference in sales volume before and after the implementation of the social media marketing strategy. The financial analysis shows an increase in net profit from Rp206.644.627 to Rp255.140.927, or an increase of 19%. These findings indicate that the social media marketing strategy contributes to increasing both the sales volume and the profitability of PT Madefresh Indonesia.

Keywords: Bogor city, digital marketing, melon picking tourism, paired sample t-test, social media

© 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.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

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

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT MADEFRESH INDONESIA

RACHMAWATI REZEKI UTAMI

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

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Wonny Ahmad Ridwan, S.E., M.M.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

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 : Strategi Pemasaran melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Madefresh Indonesia

Nama : Rachmawati Rezeki Utami

NIM : J0310211235

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Elang Ilik Martawijaya, 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: 28 Juni 2025

Tanggal Lulus:

IPB University Bogor Indonesia

@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.

IPB University

Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhaanahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga proyek akhir ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini ialah pemasaran digital, dengan judul "Strategi Pemasaran melalui Media Sosial untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT Madefresh Indonesia". Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2024 hingga 2024 dan berlokasi di PT Madefresh Indonesia, Cimahpar, Kota Bogor.

Terima kasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua, kakak, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih sayangnya mulai dari awal masuk perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini dengan baik. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada pembimbing, Bapak Dr. Ir. Elang Ilik Martawijaya, M.M. yang telah membimbing, memberikan motivasi, dan banyak memberi arahan serta saran selama proses penyusunan proyek akhir ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Adam Riyadi Hardjakusumah selaku pemilik dari PT Madefresh Indonesia serta seluruh karyawan PT Madefresh Indonesia yang telah membantu dan memberikan ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat selama proses penelitian dan pengumpulan data. Di samping itu, terima kasih penulis sampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing yang telah memberikan masukan serta saran untuk menyempurnakan proyek akhir ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh dosen Sekolah Vokasi IPB University khususnya para dosen program studi Manajemen Agribisnis yang telah memberikan ilmu serta pengalaman yang bermanfaat kepada penulis selama menempuh perkuliahan di Sekolah Vokasi IPB University. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Aulia Dwi Rachmawati dan Kaila Syuja Taris Wijaya selaku teman magang industri yang telah bekerja sama, memberikan semangat, masukan, dan motivasi selama kegiatan penelitian dan penulisan proyek akhir berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan kepada sahabat dan teman-teman yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian proyek akhir ini, baik melalui semangat, dukungan, maupun doa yang tak henti diberikan. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada teman-teman program studi Manajemen Agribisnis angkatan 58 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, melawan rasa takut, dan tidak menyerah hingga proyek akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

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

Bogor, Juni 2025

Rachmawati Rezeki Utami

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL ii

DAFTAR GAMBAR ii

DAFTAR LAMPIRAN iii

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 Melon Hidroponik 4
- 2.2 Pemasaran 4
- 2.3 Strategi Pemasaran 5
- 2.4 Pemasaran Digital 8
- 2.5 Media Sosial 8
- 2.6 Volume Penjualan 10
- 2.7 *Paired Sample t-Test* 10
- 2.8 Penelitian Terdahulu 11
- 2.9 Kerangka Pemikiran 11

III METODE 14
- 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 14
- 3.2 Data dan Sumber Data 14
- 3.3 Metode Pengolahan dan Analisis Data 14

IV HASIL DAN PEMBAHASAN 17
- 4.1 Gambaran Umum Perusahaan 17
- 4.2 Analisis Pasar dan Pemasaran 20
- 4.3 Implikasi Manajerial 23
- 4.4 *Paired Sample t-Test* 32
- 4.5 Analisis Finansial 33

V SIMPULAN DAN SARAN 38
- 5.1 Simpulan 38
- 5.2 Saran 38

DAFTAR PUSTAKA 39

LAMPIRAN 42

RIWAYAT HIDUP 51

IPB University Bogor Indonesia

@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.

IPB University

Perpustakaan IPB University

DAFTAR TABEL

1	Jenis *platform* media sosial yang digunakan di Indonesia tahun 2024	1
2	Data produksi melon di PT Madefresh Indonesia April – Juli 2024	2
3	Penelitian terdahulu	11
4	Perhitungan analisis laba rugi	16
5	Fitur media sosial yang digunakan sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial PT Madefresh Indonesia	23
6	Jadwal konten mingguan PT Madefresh Indonesia	27
7	Data volume penjualan sebelum pemanfaatan media sosial	31
8	Data volume penjualan setelah pemanfaatan media sosial	31
9	Hasil data uji normalitas *shapiro-wilk*	32
10	Hasil uji *paired sample t-test*	33
11	Penerimaan sebelum pemanfaatan media sosial	34
12	Penerimaan sesudah pemanfaatan media sosial	34
13	Biaya tetap sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	35
14	Biaya variabel *greenhouse* 1 sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	36
15	Biaya variabel *greenhouse* 2 sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	36
16	Laba rugi sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	37

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka penelitian	13
2	Logo PT Madefresh Indonesia	17
3	Struktur organisasi PT Madefresh Indonesia	18
4	*Followers* Instagram PT Madefresh Indonesia	24
5	*Followers* TikTok PT Madefresh Indonesia sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	24
6	*Feeds* Instagram PT Madefresh Indonesia sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	25
7	*Feeds* TikTok PT Madefresh Indonesia sebelum dan sesudah pemanfaatan media sosial	26
8	Komentar dan tanda suka pada Instagram dan TikTok PT Madefresh Indonesia	28
9	*Insight* Instagram *ads* PT Madefresh Indonesia	28
10	*Insight* TikTok *ads* PT Madefresh Indonesia	29
11	*Direct message* akun media sosial PT PT Madefresh Indonesia	30

IPB University Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR LAMPIRAN

1	Biaya investasi sebelum pemanfaatan media sosial	43
2	Biaya investasi sesudah pemanfaatan media sosial	44
3	Biaya tetap sebelum pemanfaatan media sosial	45
4	Biaya tetap sesudah pemanfaatan media sosial	46
5	Biaya variabel *greenhouse* 1 sebelum pemanfaatan media sosial	47
6	Biaya variabel *greenhouse* 2 sebelum pemanfaatan media sosial	48
7	Biaya variabel *greenhouse* 1 sesudah pemanfaatan media sosial	49
8	Biaya variabel *greenhouse* 2 sesudah pemanfaatan media sosial	50

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
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.
Perpustakaan IPB University