

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET* PENJUALAN
BUNGA POTONG KRISAN DI CV. SEKARTIKA JATI KENCANA
KOTA BATU MALANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh :

M. WILDAN FIRMANSYAH
19024010017

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET* PENJUALAN
BUNGA POTONG KRISAN KRISAN DI CV. SEKARTIKA JATI
KENCANA KOTA BATU MALANG**

Oleh:

M. WILDAN FIRMANSYAH
NPM: 19024010017

Telah diterima pada


Januari 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama


Risqi Firdaus Setiawan, S.P., M.P
NPT. 2119960607278


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET* PENJUALAN
BUNGA POTONG KRISAN KRISAN DI CV. SEKARTIKA JATI
KENCANA KOTA BATU MALANG**

Oleh:

M. WILDAN FIRMANSYAH
NPM: 19024010017

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur"

Pada Januari 2025

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama


Risqi Firdaus Setiawan, S.P., M.P.
NPT. 2119960607278


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui

Dekan Fakultas Peratanian

Koordinator Program Studi Agribisnis


Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001


Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh Digital Marketing Terhadap Omzet Penjualan Bunga Potong Krisan di Cv Sekartika Jati kencana Kota Batu Malang. Menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Wildan Firmansyah
NPM 19024010017

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET* PENJUALAN
BUNGA POTONG KRISAN KRISAN DI CV. SEKARTIKA JATI
KENCANA KOTA BATU MALANG**

Oleh:

M. WILDAN FIRMANSYAH
NPM: 19024010017

Telah diterima pada

Januari 2025

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping

Pembimbing Utama

Risqi Firdaus Setiawan, S.P., M.P.
NPT. 2119960607278

Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Nuriyah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET* PENJUALAN
BUNGA POTONG KRISAN KRISAN DI CV. SEKARTIKA JATI
KENCANA KOTA BATU MALANG**

Oleh:

M. WILDAN FIRMANSYAH
NPM: 19024010017

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Jawa Timur

Pada Januari 2025

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing Pendamping

Dosen Pembimbing Utama

Risqi Firdaus Setiawan, S.P., M.P
NPT. 2119960607278

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

Mengetahui

Dekan Fakultas Peratanian

Koordinator Program Studi Agribisnis

Dr. Ir. Wanti Mindari, MP.
NIP. 19631208 199003 2001

Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2022 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarism maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul: Pengaruh Digital Marketing Terhadap Omzet Penjualan Bunga Potong Krisan di Cv Sekartika Jati kencana Kota Batu Malang. Menyatakan bahwa skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan

Muhammad Wildan Firmansyah
NPM 19024010017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya. Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian kuantitatif berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap *Omzet* Penjualan Bunga potong krisan krisan di CV. Sekartika Jati Kencana Kota Batu Malang”.

skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus ditempuh dalam Program Studi S1 Agribisnis untuk mengajukan program skripsi. Selain untuk menuntaskan program studi yang ditempuh, penulis juga mempersiapkan dalam rangka pembelajaran pelaksanaan penelitian dalam penyusunan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Wanti Mindari, MP selaku Dekan Fakultas Pertanian yang telah memimpin segala aktivitas, fasilitas, dan kurikulum di fakultas.
2. Ibu Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP. selaku Kepala Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan tenaga serta dukungan dalam aktivitas perkuliahan di program studi Agribisnis.
3. Ibu Dr. Ir. Pawana Nur Indah, MSi selaku dosen pembimbing utama dan Bapak Risqi Firdaus Setiawan, S.P., M.P. selaku dosen pembimbing pendamping yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta arahan pada proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Toha selaku pemilik kebun bunga potong krisan di CV. Sekartika Jati Kencana Kota Batu Malang yang telah memberikan kontribusi besar terhadap

data penelitian serta memberikan motivasi dan dukungan penuh dalam hal pemasaran dan dunia berwirausaha.

5. Bapak Suparman dan petani lainnya yang telah berkontribusi dalam pemenuhan data penelitian.
6. Kepada orang tua dan keluarga kecil saya yang telah banyak memberikan dukungan moril dan materil sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat-sahabat saya yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman Program Studi Agribisnis angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
9. Serta keluarga Agribisnis dari angkatan tertua hingga angkatan termuda yang telah menjadi bagian dalam proses selama ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa semoga poposal skripsi ini dapat diterima mampu untuk ditindak lanjuti. Apabila dari penulis terdapat kesalahan pada tindakan, lisan maupun tulisan mohon dimaafkan sebesar-besarnya.

Surabaya, Januari 2025

Penulis

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP *OMZET PENJUALAN*
BUNGA POTONG DI CV. SEKARTIKA JATI KENCANA
KOTA BATU MALANG**

*THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING ON CUT FLOWER SALES
TURNOVER IN CV. SEKARTIKA JATI KENCANA BATU CITY, MALANG*

M. Wildan Firmansyah, Pawana Nur Indah, Risqi Firdaus Setiawan

ABSTRAK

CV. Sekartika Jati Kencana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan bunga potong. Penurunan volume penjualan mengakibatkan menurunnya pendapatan. Tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan penerapan digital marketing, menganalisis pendapatan CV. Sekartika Jati Kencana, dan menganalisis perbandingan transaksi pembelian pada CV. Sekartika Jati Kencana dalam melakukan pemasaran konvensional dan digital. Metode penentuan sampel secara purposive sampling. Pengumpulan data primer dengan cara wawancara dan observasi. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) CV Sekartika Jati Kencana menerapkan digital marketing sebagai media pemasaran untuk meningkatkan branding, serta menggunakan social media marketing untuk beriklan. 2) Penerimaan dari digital marketing sebesar Rp. 88.400.000 dan pemasaran konvensional Rp 79.800.000. Pendapatan di CV Sekartika Jati Kencana sebesar Rp 104.088.515 selama per tahun. 3) Hasil uji-t perbandingan transaksi pembelian produk CV. Sekartika Jati Kencana dapat disimpulkan digital marketing yang telah diterapkan dapat mempengaruhi pendapatan CV. Sekartika Jati Kencana.

Kata Kunci:

Digital Marketing, Pendapatan, Bunga Potong

ABSTRACT

CV. Sekartika Jati Kencana is a company operating in the cut flower plantation sector. A decrease in sales volume results in a decrease in income. The research objective is to describe the application of digital marketing, analyze CV income. Sekartika Jati Kencana, and analyzing the comparison of purchase transactions at CV. Sekartika Jati Kencana in conducting conventional and digital marketing. The sample determination method is purposive sampling. Collecting primary data by means of interviews and observations. The results of this research are 1) CV Sekartika Jati Kencana applies digital marketing as a marketing medium to improve branding, and uses social media marketing for advertising. 2) Revenue from digital marketing is IDR. 88,400,000 and conventional marketing IDR 79,800,000. Income at CV Sekartika Jati Kencana is IDR 104,088,515 per year. 3) T-test results comparing CV product purchase transactions. Sekartika Jati Kencana can conclude that the digital marketing that has been implemented can affect CV's income. Sekartika Jati Kencana.

Keyword:

Digital Marketing, Income, Cut Flower

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	24
2.2.1 Teori Pemasaran.....	24
2.2.2. Pendapatan.....	26
2.2.3 Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	29
2.2.4 Social Media.....	33
2.2.5. <i>Omzet</i> Penjualan.....	39
2.2.6 Pemasaran Konvensional.....	41
2.2.7. Perbandingan Transaksi Melalui Media Digital Marketing dan Konvensional.....	42
2.2.8. Bunga potong krisan.....	44

2.3. Kerangka Pemikiran Penelitian	48
2.3.1 Kerangka Pemikiran	48
2.3.2 Hipotesis Penelitian	51
III METODE PENELITIAN	53
3.1.Tempat dan Waktu Penelitian	53
3.2.Metode Penentuan Lokasi.....	53
3.3.Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel.....	53
3.4.Metode Pengumpulan Data.....	54
3.5 Metode Analisis Data.....	55
3.6.Definisi Operasional	59
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Keadaan Umum CV Sekartika Jati Kencana.....	61
4.1.1 Profil CV Sekartika Jati Kencana.....	61
4.1.2 Sejarah Perusahaan	61
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	63
4.1.4 Struktur Organisasi	64
4.1.5 Pasar Penjualan Bunga potong krisan.....	64
4.2 Penerapan digital marketing di CV Sekartika Jati Kencana.....	65
4.3 Pendapatan CV Sekartika Jati Kencana	67
4.3.1 Biaya Tetap	67
4.3.2 Biaya Variabel	71
4.3.3 Biaya Total	74
4.3.4 Total Penerimaan	75
4.3.5 Pendapatan	77

4.4 Perbandingan Transaksi Pembelian CV Sekartika Jati Kencana	78
4.5 Analisis Usaha Tani Bunga potong krisan	85
4.5.1 Analisis <i>Revenue Cost</i> (R/C Ratio).....	85
4.5.2 Analisis <i>Benefit Cost Ratio</i> (B/C Ratio).....	87
V. KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1. Kesimpulan.....	89
5.2. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Penjualan Bunga potong krisan Selama Perbulan Di CV Sekartika Jati Kencana.....	2
1.2	Pendapatan Penjualan Bunga potong krisan Pada Tahun 2023.....	8
2.1	Daftar Nama Produk Dan Harga Bunga potong krisan.....	44
4.1	Jumlah Pembeli Melalui Digital Marketing Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	65
4.2	Biaya Penyusutan CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	68
4.3	Biaya Tetap Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	70
4.4	Biaya Variabel CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	71
4.5	List Bahan Baku Di CV Sekartika Jati Kencana.....	73
4.6	Perhitungan Total Biaya Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	74
4.7	Perhitungan Penerimaan Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	76
4.8	Perhitungan Total Biaya, Penerimaan Dan Pendapatan CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	77
4.9	Data Transaksi Pembelian Bunga potong krisan Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	79
4.10	Perhitungan Perbandingan Pendapatan (R/C) Di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	80
4.11	Perhitungan Selisish Antara Digital Marketing Dan Konvensional Di CV Sekartika Jati Kencana.....	81
4.12	Perhitungan Hasil Rata Rata Selisih Pendapatan Antara Digital Marketing Dan Konvensional Di CV Sekartika Jati Kencana.....	82
4.13	Perbedaan Antara Digital Marketing Dengan Tradisional Marketing Digital Marketing Konvensional Menurut Chole Dan Dharmik.....	85
4.14	Analisis R/C Ratio Usahatani Bunga potong krisan di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023.....	86

4.15 Analisis B/C <i>Ratio</i> Usahatani Bunga potong krisan di CV Sekartika Jati Kencana Tahun 2023	87
---	----

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Bunga Krisan	32
2.	Kerangka Pemikiran.....	47
3.	Penerapan Digital Marketing.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	52
2.	Nama Produk Dan Harga Bunga potong krisan.....	80
3.	Biaya Variabel perbulan.....	80
4.	Jumlah Pembeli perbulan.....	81
5.	Gambar Toko Media Sosial.....	82