

**Analisis Strategi *Digital Marketing* dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan
Tanaman Hias Aglaonema pada UKM di Kecamatan Batanghari**

SKRIPSI



OLEH :

YOSSY ARIYANI

19210033

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2023



**Analisis Strategi *Digital marketing* dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan
Tanaman Hias *Aglaonema* pada UKM di Kecamatan Batanghari**

SKRIPSI

Diajukan

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Progeam Sarjana

YOSSY ARIYANI

NPM. 19210033

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

2023

ABSTRAK

Ariyani, Yossy. 2023. Analisis Strategi *Digital marketing* dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan Tanaman Hias Aglaonema pada UKM di Kecamatan Batanghari. Program Studi Pendidikan Ekonomi. FKIP Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd. (2) Fajri Arif Wibawa, M.Pd.

Ketidak setabilan penjualan dikarenakan penggunaan *digital marketing* tidak terlalu efektif dikarenakan intensitas waktu konsumen sangat terbatas untuk melihat pemasaran melalui media digital sehingga penjualan tidak menentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari, untuk mengetahui efektifitas strategi *digital marketing* dalam meningkatkan *volume* penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 18 narasumber dengan metode pengambilan sampel *quota sampling*. Pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data secara triangulasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari 18 narasumber menggunakan pemasaran digital sebagai media pemasaran tanaman hias aglaonema dan platform sosial media yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu Facebook dan tiktok namun pemanfaatan kombinasi tiktok dan facebook dalam memasarkan tanaman hias aglaonema ini membuat hasil penjualan lebih maksimal. Dengan menggunakan media pemasaran digital proses pemasaran menjadi lebih efektif sehingga volume penjualan tanaman hias mengalami peningkatan.

Kata Kunci: UKM, Strategi Pemasaran *Digital marketing*, Volume Penjualan

ABSTRACT

Ariyani, Yossy. 2023. Analysis of Digital Marketing Strategy in Increasing Sales Volume of Aglaonema Ornamental Plants to Small and Medium Enterprises (UKM) in Batanghari District. Economic Education Study Program. FKIP Muhammadiyah Metro University. Supervisor (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd. (2) Fajri Arif Wibawa, M.Pd.

Sales instability is caused by the use of digital marketing not being very effective because consumers have very limited time to view marketing via digital media so that sales are not expected. This research aims to determine the application of digital marketing in the sale of aglaonema ornamental plants to small and medium enterprises (SMEs) in Batanghari subdistrict, to determine the effectiveness of digital marketing strategies in increasing the sales volume of aglaonema ornamental plants to small and medium enterprises (SMEs) in Batanghari subdistrict. This research is a qualitative research. The sample for this research consisted of 18 informants with a quota sampling method as the source. Data was collected using observation, interviews and documentation, while the data analysis technique was triangulation. Based on the results of research conducted from 18 sources, digital marketing was used as a marketing medium for aglaonema ornamental plants and the social media platforms most popular with consumers were Facebook and TikTok, but the use of a combination of TikTok and Facebook in marketing aglaonema ornamental plants resulted in maximum sales results. By using digital marketing media, the marketing process becomes more effective so that the sales volume of ornamental plants increases.

Keywords: Small And Medium Businesses, Marketing Strategy, Digital Marketing, Sales Volume

Ringkasan

Ariyani, Yossy. 2023. Analisis Strategi *Digital marketing* dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan Tanaman Hias Aglaonema pada UKM di Kecamatan Batanghari. Program Studi Pendidikan Ekonomi. FKIP Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Tiara Anggia Dewi, M.Pd. (2) Fajri Arif Wibawa, M.Pd.

Di era teknologi yang semakin berkembang penggunaan *digital marketing* saat ini menjadi trend di kalangan bisnis yang saat ini mulai berkembang karna dengan menggunakan media digital dapat menjangkau konsumen secara luas dan memudahkan calon konsumen untuk memenuhi kebutuhan mereka karna dengan kemudahan era digital ini menjadikan waktu belanja lebih efektif dan efisien selain itu dana promosi bisa lebih terkontrol.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari dan untuk mengetahui efektifitas strategi *digital marketing* dalam meningkatkan *volume* penjualan tanaman hias aglaonema pada UKM di kecamatan Batanghari.

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan angket. Subjek penelitian ini adalah para pemilik UKM Aglaonema yang ada di kecamatan batanghari khususnya di UKM Ajo *Nursery*, Suluh *Nursery*, dan Vernanda Tanaman. Dalam pemilihan respondennya menggunakan teknik *quota sampling*. Serta dalam analisis data menggunakan triangulasi.

Dapat di simpulkan bahwa UKM Ajo *Nursery*, Suluh *Nursery* dan Vernanda Tanaman menggunakan pemasaran digital sebagai media pemasaran tanaman hias aglaonema dan platform sosial media yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu Facebook dan tiktok namun pemanfaatan kombinasi tiktok dan facebook dalam memasarkan tanaman hias aglaonema ini membuat hasil penjualan lebih maksimal. Dengan menggunakan media pemasaran digital proses pemasaran menjadi lebih efektif karena dapat menangkap calon konsumen secara luas dan proses transaksi menjadi lebih mudah dan murah karena konsumen tidak perlu datang ke lokasi penjualan tanaman hias aglaonema ini sehingga volume penjualan tanaman hias mengalami peningkatan.

PERSETUJUAN

Skripsi oleh **YOSSY ARIYANI** ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Metro, 4 Agustus 2023
Pembimbing I



Tiara Anggia Dewi, M.Pd
NIDN. 021909102

Pembimbing II



Fajri Arif Wibawa, S.Pd., M.Pd
NIDN. 0203039301

Mengetahui
Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi

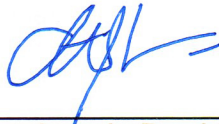


Tiara Anggia Dewi, M.Pd
NIDN. 021909102

PENGESAHAN

Skripsi oleh **YOSSY ARIYANI** ini,
Telah dipertahankan didepan Tim Penguji
Pada tanggal 12 September 2023

Tim Penguji



Tiara Anggia Dewi, M.Pd

.Ketua



Fajri Arif Wibawa, S.Pd., M.Pd

.Sekertaris



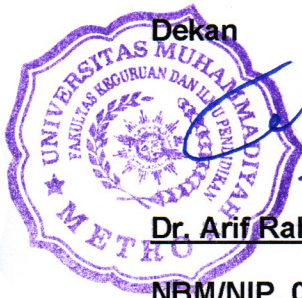
Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si

.Penguji Utama

Mengetahui

Fakultas keguruan dan ilmu pendidikan

Dekan



Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si

NBM/NIP. 0203128801

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَّ

“siapa yang bersungguh-sungguh maka ia akan berhasil”

(Surat Al Baqarah ayat 286)

“Investasi yang paling penting untuk kita lakukan ialah investasi untuk diri kita sendiri”

(Yossy Ariyani)

PERSEMBAHAN

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah kepada-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat sehat dan rezekinya
2. Ibunda Elik Yulinsah dan ayah Muyani yang sangat saya cintai dan sayangi yang selalu memberikan support atas apa yang saya lakukan.
3. Skripsi ini saya persembahkan untuk diri sendiri yang sudah mampu bertahan hingga di titik ini
4. Skripsi ini saya persembahkan untuk dia yang menemani saya sampai akhir
5. *Bestie's Black Cobra*: Ervia Narimaning Tiyas, Linda Nirmala Dewi, Devi Indri
6. Teman – teman angkatan 2019 pendidikan ekonomi yang telah memberikan support dan masukan – masukan
7. Pemilik UKM Ajo *Nursery*, Suluh *Nursery* dan Vernanda Tanaman yang telah memberikan kesempatan untuk penelitian
8. Seluruh dosen pendidikan ekonomi yang telah membantu membimbing saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini
9. Almater Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro. Selama menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan serta dorongan banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan banyak terimakasih kepada.

1. Bapak Dr. H. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Bapak Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si., dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan izin Penelitian.
3. Ibu Tiara Anggia Dewi M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro
4. Ibu Tiara Anggia Dewi, M.Pd sebagai pembimbing I penulisan skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan saran, petunjuk, dan saran dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Fajri Arif Wibawa, S.Pd., M.Pd., sebagai pembimbing II penulisan skripsi sekaligus pembimbing akademik yang telah banyak memberikan banyak pengalaman, bimbingan, petunjuk, dan saran kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini
6. Bapak ibu dosen dilingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro, Khususnya Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Metro.
7. Sahabat – sahabatku yang telah banyak membantu baik dalam mencari ilmu maupun dukungan moril dan spiritual.

8. Rekan - rekan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi angkatan 2019 yang selalu memberikan inspirasi dan ilmu baru.
9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya bidang ekonomi.

Metro, 2023
Penulis



YOSSY ARIYANI
NPM. 19210033

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Yossy Ariyani
Npm : 19210033
Fakultas : Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “ **ANALISIS STRATEGI *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN *VOLUME* PENJUALAN TANAMAN HIAS *AGLAONEMA* DI *UKM* KECAMATAN *BATANGHARI*” adalah benar-benar karya saya bukan hasil plagiast.**

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Pendidikan dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum
Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 13 September 2023
Yang Membuat Pernyataan



Yossy Ariyani
NPM. 19210033



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

Nomor: 695/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : YOSSY ARIYANI
NPM : 19210033
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN TANAMAN HIAS AGLAONEMA PADA UKM DI KECAMATAN BATANGHARI

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 20 September 2023

Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: upi.ummetro.ac.id

E-mail: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
Ringkasan	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
SURAT PERNYATAAN	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Lokasi Penelitian	9
BAB II KAJIAN LITERATUR	10
A. Usaha Kecil Menengah (UKM)	10
B. <i>Volume</i> Penjualan	11
C. Strategi <i>Marketing</i>	13
D. <i>Digital marketing</i>	17
E. Strategi <i>Digital marketing</i>	19
F. Penelitian Relevan	20
E. Kerangka Berfikir	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Jenis Penelitian	24
B. Objek dan Lokasi Penelitian	24
C. Jenis Dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
D. Alat Analisis.....	26
E. Tahap–Tahap Penelitian	26
F. Pengecekan Keabsahan Temuan	28
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	30

A. Paparan Data	30
1. Sejarah Tanaman Hias Aglaonema.....	30
2. Luas Panen Tanaman Hias Aglaonema Menurut Kabupaten Atau Kota .	30
3. Perkembangan Pemasaran Di Era Digital.....	31
B. Temuan Penelitian	32
1. Sejarah Berdirinya UKM Ajo <i>Nursery</i> , Suluh <i>Nursery</i> dan Vernanda Tanaman.....	32
2. Profil UKM Ajo <i>Nursery</i> , Suluh <i>Nursery</i> dan Vernanda Tanaman	33
C. Hasil dan Pembahasan Penelitian	34
1. Perkembangan Usaha Tanaman Hias Aglaonema Pada UKM Ajo <i>Nursery</i> , Suluh <i>Nursery</i> dan Vernanda Tanaman	35
2. Penerapan Strategi <i>Marketing</i>	37
3. Penerapan strategi <i>digital marketing</i>	46
4. Volume Penjualan	54
BAB V	62
PEMBAHASAN	62
A. Analisis Data	62
B. Hasil Analisis	62
1. Reduksi Data.....	62
2. Penyajian Data	63
3. Penyimpulan dan Verivikasi.....	81
C. Pengecekan Keabsaha Temuan	82
1. Triangulasi Sumber	82
2. Triangulasi Teknik	83
BAB VI	86
PENUTUP	86
A. SIMPULAN.....	86
B. SARAN.....	86
DAFTAR LITERATUR	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Wawancara Para Pemilik UKM	3
2. Luas panen tanaman hias aglaonema provinsi lampung.....	30
3. Data Pemilik dan pekerja UKM	33
4. Hasil Penjualan Tanaman Aglaonema Pada UKM Ajo <i>Nursery</i> , Suluh <i>Nursery</i> , Vernanda Tanaman.	36
5. Persentase volume penjualan.....	55
6. Perhitungan persentasi ketiga UKM.....	56
7. Hasil wawancara owner ketiga UKM.....	64
8. Hasil wawancara karyawan UKM.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Berfikir	23
2. Komponen Dalam Analisis Data (<i>Interctive Model</i>)	27
3. Gambar produk aglaonema	38
4. Logo UKM Ajo Nurser, Suluh, <i>Nursery</i>	39
5. Kemasan Produk	40
6. Grafik penjualan aglaonema bulan april, mei, juni 2023	56
7. Platform pemasaran aglaonema	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Pengajuan Judul
2. Kartu Bimbingan Proposal
3. Surat Izin Pra Surve
4. Surat Balasan Prasurve
5. Lembar Pengesahan proposal
6. Surat Pengangkatan Dosen Pembimbing
7. Kartu Bimbingan Skripsi
8. Surat Izin Penelitian
9. Surat Balasan penelitian
10. Daftar Pertanyaan Pra Survey
11. Kisi- Kisi Pertanyaan Survei
12. Lembar Wawancara *Owner*
13. Lembar Wawancara Karyawan
14. Lembar Observasi
15. Dokumentasi