

ABSTRAK

Agustin Sribudi Cahyaningrum, 192310032. “Penggunaan Media Promosi Untuk Penjualan Bibit Di Cv Tresno Tani Desa Karang Sari Kecamatan Bener Kabupaten Purworejo.” Skripsi Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purworejo 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1). Mengidentifikasi kegiatan promosi melalui media sosial yang dilakukan di CV Tresno Tani, 2). Mengetahui jumlah penjualan bibit di CV Tresno Tani sebelum dan setelah melakukan promosi dengan media sosial, 3). Mengetahui adanya perbedaan penjualan sebelum menggunakan media sosial sebagai media dan setelah menggunakan media sosial dalam kegiatan promosi di CV Tresno Tani. Analisis data secara deskriptif menggunakan tabel dan grafik. Metode deskriptif analisis adalah suatu metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode analisis yang digunakan adalah analisis uji beda (Uji t). Hasil penelitian ini menunjukkan kegiatan promosi yang dilakukan di CV Tresno Tani melalui promosi *offline* dan media sosial. Media sosial yang digunakan ada beberapa yaitu, facebook, Instagram, dan WhatsApp. Pemanfaatan media sosial di CV Tresno Tani sangat berdampak terhadap penjualan bibit tanaman buah. Dengan memanfaatkan media sosial untuk memasarkan bibit, maka jangkauan pemasaran lebih luas, sehingga potensi untuk “menjaring” konsumen meningkat melalui pemasaran digital. Pemasaran bibit tanaman buah di CV Tresno Tani sebelum menerapkan media sosial sebanyak 3.240 batang. Setelah menerapkan media sosial sebagai media promosi meningkat menjadi 9.578 batang.

Kata Kunci : Bibit, Media Sosial, Penjualan

ABSTRACT

Agustin Sribudi Cahyaningrum, 192310032. *“The Use of Promotional Media for Seed Sales at CV Tresno Tani, Karang Sari Village, Bener District, Purworejo Regency.” Thesis of Agribusiness Study Program, Faculty of Agriculture, Muhammadiyah University of Purworejo 2025.*

This study aims to: 1). Identify promotional activities through social media carried out at CV Tresno Tani, 2). Find out the number of seedling sales at CV Tresno Tani before and after carrying out promotions with social media, 3). Find out the difference in sales before using social media as a medium and after using social media in promotional activities at CV Tresno Tani. Descriptive data analysis using tables and graphs. The descriptive analysis method is a method that functions to describe or provide an overview of the object being studied through data or samples collected as they are without conducting analysis and making conclusions that apply to the public. The analysis method used is the difference test analysis (t-test). The results of this study show promotional activities carried out at CV Tresno Tani through offline promotions and social media. There are several social media used, namely Facebook, Instagram, and WhatsApp. The use of social media at CV Tresno Tani has a significant impact on the sale of fruit plant seedlings. By utilizing social media to market seedlings, the marketing reach is wider, so that the potential to "capture" consumers increases through digital marketing. Marketing of fruit plant seedlings at CV Tresno Tani before implementing social media as many as 3,240 stems. After implementing social media as a promotional media increased to 9,578 stems.

Keywords: *Seedlings, Social Media, Sales*