

ABSTRAK

AHMAD SYAFII HAFID. 105961104021. Peran *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan dan Pendapatan Selada Hidroponik (Studi Kasus Samata Green House (SGH) Kelurahan Samata Kecamatan Somba Opu Kabupaten Gowa). Dibimbing oleh **HALIL dan SAHLAN.**

Penelitian ini mengkaji kebutuhan strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing produk agribisnis, khususnya hidroponik. Samata Green House (SGH) menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan penjualan melalui media digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran digital marketing, khususnya Instagram dan WhatsApp, dalam meningkatkan pendapatan Samata Green House (SGH). Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan purposive sampling, melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif. Informan terdiri dari pemilik dan tenaga kerja Samata Green House (SGH) yang bergerak di bidang riset, edukasi, dan pemasaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram efektif sebagai media branding dan promosi visual, sementara WhatsApp berfungsi mendukung komunikasi langsung dan transaksi. Strategi ini meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pasar, menekan biaya promosi, serta memperkuat loyalitas pelanggan melalui konten edukatif. Temuan ini menunjukkan bahwa digital marketing tidak hanya berperan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai instrumen edukasi dan pembentuk citra merek, yang pada akhirnya mampu meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing usaha hidroponik.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Instagram, WhatsApp, Hidroponik

ABSTRACT

AHMAD SYAFII HAFID. 105961104021. *The Role of Digital Marketing in Increasing Sales and Income of Hydroponic Lettuce (A Case Study at Samata Green House (SGH), Samata Village, Somba Opu District, Gowa Regency). Supervised by HALIL and SAHLAN.*

This study examines the need for digital marketing strategies to enhance the competitiveness of agribusiness products, particularly hydroponics. Samata Green House (SGH) faces challenges in optimizing sales through digital media. The purpose of this research is to analyze the role of digital marketing, especially Instagram and WhatsApp, in increasing the income of Samata Green House (SGH). The research method employed is a qualitative approach with purposive sampling, using observation, in-depth interviews, and documentation, then analyzed with an interactive model. Informants consisted of the owner and employees of Samata Green House (SGH) engaged in research, education, and marketing.

The results indicate that Instagram is effective as a medium for branding and visual promotion, while WhatsApp functions to support direct communication and transactions. This strategy has increased sales volume, expanded market reach, reduced promotional costs, and strengthened customer loyalty through educational content. These findings show that digital marketing is not only a promotional tool but also an educational instrument and brand-building medium, ultimately enhancing product value and the competitiveness of hydroponic businesses.

Keywords: *Digital Marketing, Instagram, WhatsApp, Hydroponics*