

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROMOSI
TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA SEKTOR KULINER UMKM
DI KABUPATEN BALANGAN**

KARYA TULIS ILMIAH

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)
pada Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

HUSNUL LAILA

202214

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)**

AMUNTAI

2025

MOTTO

“Maka sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al-Insyirah: 5)

“Kesuksesan dan kebahagiaan terletak pada diri sendiri. Tetaplah berbahagia karena kebahagiaanmu dan kamu yang akan membentuk karakter kuat untuk melawan kesulitan”

(Helen Keller)

“Bila esok nanti kau sudah lebih baik, jangan lupa masa-masa sulitmu ceritakan Kembali pada dunia, caramu merubah peluh jadi senyuman”

(Andmesh Kamaleng)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebagai Ungkapan Terimakasih, Karya Ilmiah Ini Penulis Persembahkan Kepada:

1. Saya ucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat berupa Kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang banyak dalam proses penyelesaian karya ilmiah ini.
2. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan karya ilmiah ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
3. Terima kasih untuk kedua orang tua saya yang selalu menjadi penyemangat saya. Terima kasih selalu berjuang dalam menyupayakan yang terbaik untuk kehidupan penulis , berkorban keringat, tenaga dan pikiran, mereka memang tidak merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun mereka mampu mendidik penulis memberikan motivasi dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan Pendidikan ini.
4. Terakhir, terima kasih kepada teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membersamai dan membantu penulis dikala penulisan karya tulis ilmiah ini.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
KARYA TULIS ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Husnul Laila

NPM : 202214

**Judul KTI : Strategi Pemasaran Digital Melalui Promosi Tiktok
Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Sektor Kuliner
UMKM Di Kabupaten Balangan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang saya tulis ini adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi manapun.

Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Husnul Laila

TANDA PERSETUJUAN
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROMOSI
TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA SEKTOR KULINER UMKM
DI KABUPATEN BALANGAN

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal Amuntai, juli 2025

Untuk dipertahankan didepan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B, CLMA®
NIK. 1994069 201509 1 020

Dosen Pembimbing

A blue ink signature of Nurul Hasanah, S.Pd.MM,CPSM.

Nurul Hasanah, S.Pd.MM,CPSM
NUPTK. 3358765666230230

Disahkan Oleh

Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi



Dr. Rene Arrian, M.AP.CIOaR,CIOaR
NIK. 19891025 201807 1 030

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROMOSI
TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN
PADA SEKTOR KULINER UMKM
DI KABUPATEN BALANGAN



Disusun Oleh :

Husnul Laila

NPM : 202214

Telah dipertahankan didepan Tim penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai pada tanggal 24 juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya.

Susunan Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Nurul Hasanah, S.Pd, MM, CPSM	
Merangkap		
Anggota		
Sekretaris	Jumai Latte, S.AB., M.AB, CIQnR	
Merangkap		
Anggota		

Amuntai, 24 Juli 2025

Ketua
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fachrudin, S.Sos., M.A.B, CLMA®
NIK. 1994069 201509 1 020

Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi
Amuntai



Dr. Reza Adhrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR
NIK. 19891025 20187 1 030

ABSTRAK

Husnul Laila, NPM: 202214, Judul “**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROMOSI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA SEKTOR KULINER UMKM DI KABUPATEN BALANGAN**” dibawah bimbingan Ibu Nurul Hasanah. S.,Pd., MM, CPSM

Pemasaran digital adalah untuk memajukan merek yang melibatkan media canggih yang dapat sampai pada pembeli dengan cara yang nyaman, individual dan penting. Pemasaran online telah berubah menjadi Tindakan wajib yang harus dilakukan oleh semua pengelola uang. Selain itu untuk mendapatkan hasil yang maksimal dari penggunaan pemasaran Tingkat lanjut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk dan hambatan strategi pemasaran digital melalui aplikasi Tiktok dan hambatan menggunakan metode promosi dalam meningkatkan penjualan UMKM di Kabupaten Balangan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara dengan UMKM Es Teller Creamy Merindu dan Warung Arema, observasi dan dokumentasi. Menggunakan Teori Bauran Promosi dari Kottler dan Armstrong dengan 3 indikator yaitu Periklanan, Promosi Penjualan dan Hubungan Masyarakat. Informan yang dilibatkan sebanyak 5 orang. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sudah melakukan promosi di Tiktok dengan hasil yang sangat memuaskan tetapi terdapat hambatan kecil pada promosi diTiktok tersebut.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Promosi, Penjualan

ABSTRACT

Husnul Laila, NPM: 202214, Title **“DIGITAL MARKETING STRATEGY THROUGH TIKTOK PROMOTION IN INCREASING SALES IN THE CULINARY SECTOR OF MSMEs IN BALANGAN DISTRICT”** under the guidance of Mrs. Nurul Hasanah. S, Pd., MM, CPSM

Digital marketing is to advance a brand involving advanced media that can reach buyers in a convenient, individualized and important way. Online marketing has turned into a mandatory action that all money managers should take. In addition, to get the most out of the use of advanced marketing.

The purpose of this study is to determine the forms and obstacles of digital marketing strategies through the Tiktok application and obstacles to using promotional methods in increasing MSME sales in Balangan Regency.

This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques were obtained from interviews with MSMEs Ice Teller Creamy Merindu and Warung Arema, observation and documentation. Using Promotion Mix Theory from Kottler and Armstrong with 3 indicators, namely Advertising, Sales Promotion and Public Relations. The informants involved were 5 people. The results showed that they had carried out promotions on Tiktok with very satisfying results but there were minor obstacles to the promotion on Tiktok.

Keywords: Marketing Strategy, Promotion, Sales

KATA PENGANTAR

Dengan nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat beliau serta pengikutnya hingga akhir zaman. Syukur alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah yang diberikan oleh Allah SWT sehingga penulis bisa menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berjudul **“STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PROMOSI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA SEKTOR KULINER UMKM DI KABUPATEN BALANGAN”**

Dalam proses penyusunan karya tulis ilmiah ini, banyak sekali sumbangan pikiran dan pemberian data yang penulis dapatkan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Reno Afrian, M.AP. CIQnR, CIQaR. Selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
2. Bapak Haris Fadillah S.Sos,M.A.B,CLMA[®] Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
3. Ibu Nurul Hasanah, S.Pd,MM.,CPSM Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk kepada penulis sehingga karya tulis ilmiah ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen dan staf tata usaha beserta jajarannya yang ada di sekolah tinggi ilmu administrasi (STIA) Amuntai.

5. Seluruh keluarga dan teman-teman terima kasih atas dukungan motivasi dan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah ini.
6. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian karya tulis ilmiah ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa karya tulis ilmiah ini jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi yang berkepentingan. Kritik dan saran serta tanggapan yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan karya tulis ilmiah ini.

Amuntai, Juli 2025

Husnul Laila
NPM : 202214

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN:	i
MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	Error! Bookmark not defined.
KARYA TULIS ILMIAH.....	Error! Bookmark not defined.
TANDA PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5

1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Tinjauan Teoristis	8
2.2.1 Pengertian Promosi	8
2.2.2 Strategi Pemasaran	15
2.2.3 Pemasaran Digital	16
2.2.4 Pengertian UMKM	28
2.3 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Lokasi Penelitian	32
3.2 Pendekatan Penelitian	32
3.3 Tipe Penelitian	32
3.4 Data dan Sumber Data	32
3.5 Desain Operasional Penelitian	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.8 Uji Kredibilitas Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40

4.2 Hasil Penelitian.....	42
4.3 Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1 Wawancara dengan Kak Aisyah	43
Gambar 4. 2 Wawancara Dengan Mbak Kalsum.....	43
Gambar 4. 3 Wawancara dengan Kak Muna	47
Gambar 4. 4 Wawancara Dengan Kak Bibah	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Operasional	34
Tabel 4. 1 Struktur UMKM.....	41
Tabel 4. 2 Informan Penelitian.....	42