

**PERANCANGAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI *FITUR*
TIKTOKSHOP PADA BUTIK ALKIASHOP**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Sriwijaya**

OLEH:

**NOVI SILVIA PRATIWI
NPM 061930600131**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

PERANCANGAN STRATEGI *DIGITAL MARKETING* MELALUI FITUR
TIKTOKSHOP PADA BUTIK ALKIASHOP



LAPORAN AKHIR

OLEH:

Novi Silvia Pratiwi
NPM 061930600131

Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001

Pembimbing II,

Dr. Dewi Fadila, SE., MM.
NIP 197504212001122001

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001

Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis,

Fetty Maretha, S.E., MM.
NIP 198203242008012009

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novi Silvia Pratiwi

NPM : 061930600131

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Perancangan Strategi *Digital Marketing* Melalui Fitur Tiktokshop pada Butik Alkiashop

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta lainnya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan akhir ini bukanlah plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak yang berkepentingan.

Palembang, 2022

Yang membuat pernyataan



Novi Silvia Pratiwi

NPM 061930600131

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Novi Silvia Pratiwi
NPM : 061930600131
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Perancangan Strategi *Digital Marketing* Melalui
Fitur Tiktokshop pada Butik Alkiashop

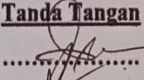
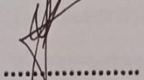
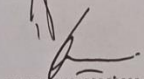
Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis

dan dinyatakan LULUS

pada Hari:.....

Tanggal:.....2022

TIM PENGUJI

| <u>No</u> | <u>Nama</u> | <u>Tanda Tangan</u> | <u>Tanggal</u> |
|-----------|-------------------------------|--|----------------|
| 1. | Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB |  | |
| 2. | Rini, S.E., M.AB |  | |
| 3. | Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si |  | |

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“The possibility of all those possibilities belong possible is just another possibility that can possibly happen”

(Mark Lee)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”

(Nadin Amizah: Beranjak Dewasa)

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6NA 2019**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Alhamdulillah, dengan memanjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan akhir ini

Laporan akhir ini berjudul “Perancangan Strategi *Digital Marketing* Melalui Fitur Tiktokshop pada Butik Alkiashop”. Laporan akhir ini membahas tentang bagaimana merancang strategi *digital marketing* pada suatu perusahaan.

Saya menyadari Laporan akhir ini banyak terdapat kekurang, keterbatasan, dan saya menyadari bahwa untuk menyelesaikan penyusunan Laporan Akhir ini tidaklah mudah karena banyaknya hambatan dan kesulitan, namun berkat doa, bimbingan dan semangat dari berbagai pihak sehingga penulisan dapat menyelesaikan laporan akhir ini.

Akhir kata semoga Laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan. Aamiin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Palembang, Juli 2022

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, penulis banyak sekali mendapat bantuan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat akal dan badan sehingga dapat menyelesaikan Laporan akhir ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dan selaku Pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar, memberikan waktu, semangat, ilmu, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan akhir ini.
4. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, SE., MM, selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Fetty Maretha, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
6. Ibu Dr. Dewi Fadila. SE., MM, selaku pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar, memberikan waktu, semangat, ilmu, arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan akhir ini.
7. Ibu Elly Fatmawati Pemilik Butik Alkiashop yang telah menerima penulis melakukan penelitian di Butik Alkiashop
8. Bapak/Ibu dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah banyak memberikan pengetahuan serta wawasan kepada penulis
9. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Budiono yang menjadi bapak sekaligus ibu di 4 tahun terakhir ini atas doa dan kerja keras demi tercapainya keinginan saya menyelesaikan pendidikan D3 dan

Almarhumah Ibuku terkasih dan tercantik Ibu Megawati yang sudah tenang disisi-Nya.

10. Kakak laki-laki saya Dedy Irawan dan istrinya Novita serta kakak perempuan saya Tessa Dwi Oktaria dan keponakan saya yang lucu Calista Haura Nazhifa serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi.
11. Sahabat-sahabatku Rika Mersita, Intan Putri Amalia, Shanty Yuliana, Leidy Sepriani Murti, Manik Sabna Bila, Dewi Febriyanti, ABL Squad, Dery Permata Sari, dan semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memotivasi, membantu dan menghibur saya selama pembuatan Laporan akhir ini. *I'm very gratefull to have you all.*
12. Teman-teman seperjuangan saya, teman sekelas saya 6 NA yang telah banyak memberikan kenangan dan cerita sedari maba sampai dengan saat-saat terakhir berkuliah. *See you on top guys!*
13. Berbagai pihak yang bertanya “kapan selesai?”, “kapan wisuda?”, “kapan nyusul?” serta kapan-kapan lainnya.
14. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me, for doing this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me all the times. Well deserved. I hope I did me proud*

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa Laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, dengan tangan terbuka, penulis sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang sifatnya membangun.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui rancangan strategi *digital marketing* melalui fitur Tiktokshop pada Butik Alkiashop, menggali informasi tentang pemasaran yang digunakan oleh pihak Butik Alkiashop untuk memperluas pemasaran yang akan digunakan. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan membuat kuesioner dan wawancara melalui konsumen Butik Alkiashop untuk analisis SWOT sebagai langkah awal dalam metode SOSTAC untuk membuat rancangan strategi *digital marketing* melalui fitur Tiktokshop. Dari video konten yang dibuat selanjutnya video konten tersebut dipromosikan untuk meningkatkan jumlah tayangan. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa perancangan strategi *digital marketing* yang dilakukan dapat meningkatkan jumlah tayangan *for your page* pada Tiktok untuk meningkatkan kunjungan profil dan menarik minat beli pada konsumen atau calon konsumen. Promosi video yang dilakukan menghasilkan keuntungan peningkatan *impression and impression* pada sosial media Tiktok untuk *potential reach +4.000 users* dengan jangkauan harian 1.500 sampai 2.000 *audience* untuk setiap harinya dan juga meningkatkan volumen penjualan sebanyak 4 buah produk dengan pengiriman di Palembang dan pulau Jawa.

Kata Kunci: Perancangan, Digital marketing Pemasaran, Sosial media, Tiktok, Tiktokshop

ABSTRACT

This study aims to find out the design of a digital marketing strategy through the Tiktokshop feature at Alkiashop Boutique, digging for information about the marketing used by the Alkiashop Boutique to expand the marketing to be used. Researchers use a qualitative approach by making questionnaires and interviews through consumers and the Alkiashop Boutique for SWOT analysis and then continued by using the SOSTAC method to create a digital marketing strategy design through the Tiktokshop feature. From the content video created, the content video is promoted to increase the number of impressions. The results of this study concluded that the design of digital marketing strategies carried out can increase the number of impressions for your page on Tiktok to increase profile visits and attract buying interest in consumers or potential consumers. Video promotion that is carried out results in profits to increase impressions and impressions on Tiktok social media for potential reach +4,000 users with a daily reach of 1,500 to 2,000 audiences for each day and also increased the selling volume by 4 products with shipments in Palembang and Java.

Keyword: Design, Digital marketing Marketing, Sosial media, Tiktok, Tiktokshop

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| UCAPAN TERIMA KASIH | vii |
| ABSTRAK | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DARTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 9 |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan | 9 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.5 Metodologi Penelitian..... | 10 |
| 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian | 13 |
| 1.5.2 Jenis dan Sumber Data | 14 |
| a. Jenis Data..... | 14 |
| b. Sumber Data | 14 |
| 1.5.3 Metode Pengumpulan Data..... | 14 |
| 1.5.4 Analisis Data..... | 17 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1 Perancangan..... | 22 |
| 2.2 Internet..... | 22 |
| 2.3 Konsep Dasar Pemasaran | 23 |
| 2.3.1 Pengertian Pemasaran..... | 23 |
| 2.3.2 Bauran Pemasaran | 24 |
| 2.4 <i>Digital Marketing</i> | 27 |
| 2.5 Konten dalam <i>Digital Marketing</i> | 28 |
| 2.6 Sosial Media | 29 |
| 2.7 Tiktok | 29 |
| 2.7.1 Pengertian Tiktok | 29 |
| 2.7.2 Produksi Media Konten dalam Tiktok | 30 |
| 2.8 Tiktok Shop | 31 |

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

| | |
|--|----|
| 1.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 33 |
| 1.2 Visi, Misi dan Motto Butik Alkiashop | 34 |
| 1.2.1 Visi Butik Alkiashop | 34 |
| 1.2.2 Misi Butik Alkiashop..... | 34 |
| 1.2.3 Motto Alkiashop | 34 |
| 1.3 Logo Perusahaan..... | 34 |
| 1.4 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas..... | 35 |
| 1.4.1 Struktur Organisasi | 35 |
| 1.4.2 Pembagian Tugas..... | 36 |
| 1.5 Produk yang dijual dan Penjualan pada Butik Alkiashop | 37 |
| 1.5.1 Produk yang dijual | 37 |
| 1.5.2 Sistem Penjualan pada Butik Alkiashop..... | 39 |
| 1.6 Profil Responden | 42 |
| 1.6.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 42 |
| 1.6.2 Profil Responden Berdasarkan Usia..... | 43 |
| 1.6.3 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan..... | 43 |
| 1.7 Penilaian Responden pada Faktor Internal dan Faktor Eksternal Butik Alkiashop..... | 44 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|---------------------------------------|-----|
| 4.1 Tahap Awal | 47 |
| 4.1.1 Observasi | 47 |
| 4.1.2 Wawancara | 47 |
| 4.1.3 Dokumentasi..... | 48 |
| 4.1.4 Studi Literatur..... | 49 |
| 4.2 Tahap Pengembangan..... | 49 |
| 4.2.1 Proses..... | 49 |
| 4.2.2 <i>Situation Analysis</i> | 81 |
| 4.2.3 <i>Objective</i> | 100 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| 4.2.4 <i>Strategy</i> | 102 |
| 4.2.5 <i>Tactic</i> | 103 |
| 4.2.6 <i>Action</i> | 106 |
| 4.2.7 <i>Control</i> | 109 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1 Kesimpulan..... | 112 |
| 5.2 Saran | 112 |
| DAFTAR PUSTAKA | 114 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1.1 Matrik IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)..... | 19 |
| Tabel 1.2 Matrik EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)..... | 20 |
| Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Usia..... | 43 |
| Tabel 3.4 Faktor Internal..... | 45 |
| Tabel 3.5 Faktor Eksternal..... | 46 |
| Tabel 4.1 <i>Customer Insight</i> | 82 |
| Tabel 4.2 <i>Competitor Analysis</i> | 84 |
| Tabel 4.3 <i>Summary Customer Insight, Competitor Analysis, and Current Channel</i> | 93 |
| Tabel 4.4 Pembobotan Faktor-Faktor Internal..... | 95 |
| Tabel 4.5 Pembobotan Faktor-Faktor Eksternal..... | 95 |
| Tabel 4.6 Matrik SWOT..... | 98 |
| Tabel 4.7 Penetapan <i>Objective</i> | 100 |
| Tabel 4.8 5S <i>Objective</i> | 101 |
| Tabel 4.9 <i>Segmentation Strategy</i> | 102 |
| Tabel 4.10. <i>Positioning Strategy</i> | 103 |
| Tabel 4.11 Taktik pada <i>Objective</i> | 105 |
| Tabel 4.12 <i>Summary Tactics</i> | 106 |
| Tabel 4.13 <i>Action</i> pada Tiktok..... | 107 |
| Tabel 4.14 <i>Action</i> Promosi pada Tiktok..... | 108 |
| Tabel 4.15 <i>Roadmap</i> | 109 |
| Tabel 4.16 KPI <i>Objective</i> | 110 |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1. Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia pada tahun 2022 | 2 |
| Gambar 1.2. Demografi <i>Top location</i> Pengguna Tiktok Indonesia | 4 |
| Gambar 1.3. Demografi Persebaran Usia Pengguna Tiktok Indonesia..... | 5 |
| Gambar 1.4. Demografi Gender Pengguna Tiktok Indonesia..... | 5 |
| Gambar 1.5. Demografi Status Pekerjaan Pengguna Tiktok Indonesia..... | 6 |
| Gambar 1.6. Pendapatan Rumah Tangga Tiktok | 7 |
| Gambar 1.7. Proses SOSTAC | 11 |
| Gambar 1.8. Matrik SWOT..... | 20 |
| Gambar 2.1. Struktur Tubuh <i>Digital Marketing</i> | 27 |
| Gambar 3.1. Logo Butik Alkiashop | 35 |
| Gambar 3.2. Struktur Organisasi Perusahaan | 36 |
| Gambar 3.3. Amena Dress | 38 |
| Gambar 3.4. Clarisa Dress | 39 |
| Gambar 3.5 Penjualan Melalui Instagram..... | 40 |
| Gambar 3.6. Penjualan Melalui Shopee | 41 |
| Gambar 4.1 Lembar Halaman Kosong Pembuatan Logo | 49 |
| Gambar 4.2 Pemilihan Elemen logo | 50 |
| Gambar 4.3 Pilih Elemen <i>Curve</i> | 50 |
| Gambar 4.4 Menambahkan Elemen <i>Text Box</i> | 51 |
| Gambar 4.5 Menambahkan Tulisan pada <i>Text Box</i> | 51 |
| Gambar 4.6 Hasil Desain logo | 52 |
| Gambar 4.7 Halaman Depan Lynk.id | 52 |
| Gambar 4.8 Pengisian data pada Lynk.id..... | 53 |
| Gambar 4.9 Penggantian <i>Background</i> | 53 |
| Gambar 4.10 Pemilihan <i>Background</i> Baru | 54 |
| Gambar 4.11 Penggantian Logo..... | 54 |
| Gambar 4.12 Pemilihan Logo Baru | 55 |
| Gambar 4.13 <i>Submit</i> Logo Baru..... | 55 |

| | |
|--|----|
| Gambar 4.14 Penambahan Slogan | 56 |
| Gambar 4.15 Jenis Tulisan..... | 56 |
| Gambar 4.16 Jenis Kotak | 57 |
| Gambar 4.17 Add Tautan Sosial Media | 57 |
| Gambar 4.18 Pilih Link..... | 58 |
| Gambar 4.19 Pemberian Nama Akun Sosial Media | 58 |
| Gambar 4.20 Pemilihan Icon Sosial Media..... | 59 |
| Gambar 4.21 Submit Icon Sosial Media | 59 |
| Gambar 4.22. Tampilan <i>Website</i> | 60 |
| Gambar 4.23 Situs Tiktok Seller Center | 60 |
| Gambar 4.24 Pendaftaran Akun Tiktokshop | 61 |
| Gambar 4.25 Pendaftaran Melalui Akun Tiktok..... | 61 |
| Gambar 4.26 <i>Log In</i> dengan Akun Google | 62 |
| Gambar 4.27 <i>Sign Up</i> | 62 |
| Gambar 4.28 Masukkan Kata Sandi | 63 |
| Gambar 4.29 Klik <i>Authorize</i> | 63 |
| Gambar 4.30 Pendaftaran Akun Tiktokshop Berhasil | 64 |
| Gambar 4.31 Verifikasi Dokumen | 64 |
| Gambar 4.32 Masukkan Alamat Toko..... | 65 |
| Gambar 4.33 Masukkan Informasi Penjual..... | 65 |
| Gambar 4.34 Tautan Akun Tiktok Baru | 66 |
| Gambar 4.35 Persetujuan Akun Tiktok yang di Tautkan..... | 66 |
| Gambar 4.36 Sebelum dan Sesudah Akun Tertaut | 67 |
| Gambar 4.37 Info Penautan Akun..... | 67 |
| Gambar 4.38 Hasil Akhir Pendaftaran Tiktok Shop | 68 |
| Gambar 4.39 Proses Promosi Video | 73 |
| Gambar 4.40 <i>Business Suite</i> | 73 |
| Gambar 4.41 Pilih Bagian Promosi..... | 74 |
| Gambar 4.42 Video yang dapat dipromosikan..... | 74 |
| Gambar 4.43 Pilih Video yang akan dipromosikan | 75 |
| Gambar 4.44 Target Promosi | 75 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.45 Pilih Penonton | 76 |
| Gambar 4.46 Pilih Anggaran..... | 76 |
| Gambar 4.47 Lakukan Pembayaran | 77 |
| Gambar 4.48 Pilih Metode Pembayaran | 77 |
| Gambar 4.49 Masukkan Nomor Akun Shopee Pay | 78 |
| Gambar 4.50 Konfirmasi Pembayaran | 78 |
| Gambar 4.51 Persetujuan Melakukan Pembayaran | 79 |
| Gambar 4.52 Konfirmasi Pembayaran Melalui Shopee Pay..... | 79 |
| Gambar 4.53 Promosi Berhasil dilakukan | 80 |
| Gambar 4.54 Data Kinerja Promosi Video | 80 |
| Gambar 4.55 Tiktokshop Butik Alkiashop | 83 |
| Gambar 4.56 Tiktokshop Halli songket | 83 |
| Gambar 4.57 <i>Website</i> Butik Alkiashop..... | 85 |
| Gambar 4.58 Statistik Total <i>Views & Clicks</i> | 86 |
| Gambar 4.59 Profil Tiktok | 87 |
| Gambar 4.60 Statistik <i>Video Views</i> Tiktok | 88 |
| Gambar 4.61 Statistik <i>Profile Views</i> Tiktok | 89 |
| Gambar 4.62 Statistik <i>Likes</i> Tiktok..... | 90 |
| Gambar 4.63 Instagram Alkiashop | 91 |
| Gambar 4.64 WhatsApp Alkiashop | 91 |
| Gambar 4.65. Shopee Alkiashop..... | 92 |
| Gambat 4.66 Rantai Saluran untuk <i>Engagement</i> | 104 |
| Gambar 4.67 Penjualan pada Tiktokshop | 111 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Surat Pengantar Pengambilan Data
3. Surat Balasan Perusahaan
4. Lembar Rekomendasi
5. Lembar kesepakatan bimbingan Laporan Akhir Pembimbing I
6. Lembar kesepakatan bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II
7. Lembar bimbingan (konsultasi) Laporan Akhir Pembimbing I
8. Lembar bimbingan (konsultasi) Laporan Akhir Pembimbing II
9. Daftar Wawancara
10. Kuesioner
11. Hasil Perhitungan Kuesioner
12. Naskah Videografi
13. Lembar Kunjungan Mahasiswa