

**PERANCANGAN KONTEN *TIKTOK SHOP* SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN PADA TOKO OBAT HERBAL KJA**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RIA RAMADONA
NPM 062330601256**

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

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2026**

**PERANCANGAN KONTEN *TIKTOK SHOP* SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN PADA TOKO OBAT HERBAL KJA**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**RIA RAMADONA
NPM 062330601256**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Ketu Purnamasari, S.E., M.Si
NIP 198907262019032015**

**Palembang, 24 Juli 2024
Pembimbing II,**

**Rosita, S.Psi., M.M
NIP 199011242022032005**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE.
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
D.III Administrasi Bisnis**

**Dwi Riana, S.E., M.AB., CFA.
NIP 199010202022032010**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ria Ramadona
NPM : 062330601256
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D-III Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Konten *TikTok Shop* sebagai Media Pemasaran pada Toko Obat Herbal KJA

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir 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-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,

A yellow rectangular stamp with the text "10000" in large red numbers, "METERAI TEMPEL" in black, and a unique code "E105DAOX052429647" at the bottom. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Ria Ramadona
NPM 062330601256

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Ria Ramadona
NPM : 062330601256
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Perancangan Konten *TikTok Shop* Sebagai Media Pemasaran pada Toko Obat Herbal KJA

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

Pada Hari: Jumat

Tanggal: 24 Juli 2026

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Divianto, S.E.,M.M Ketua Penguji		30/7 2026
2.	Frianka Anindea, S.E., M.M Anggota Penguji		27-7-2026
3.	Astika Ulfah Izzati, S.T., M. A.B Anggota Penguji		28-7-2026
4.	Tika Handayani, S.E.,M.M Anggota Penguji		27-7-2026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Maka apabila engkau telah selesai dari semua urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain. Dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap”
(QS. Al-Insyirah, 6-7)**

**“Orang lain ga akan bisa paham struggle dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tau hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.
Tetap berjuang ya!”**

**“Di balik setiap halaman yang terselesaikan, ada perjuangan yang tak terlihat, air mata yang tersembunyi, dan keberanian untuk terus bertahan.”
-Ria Ramadona**

Kupersembahkan kepada:

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sabahat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NC 2026**
- **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul “Perancangan Konten *TikTok Shop* Sebagai Media Pemasaran Pada Toko Obat Herbal KJA”.

Laporan akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Diploma III Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya. Penyusunan laporan ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pemanfaatan media pemasaran digital pada Toko Obat Herbal KJA, sehingga diperlukan media promosi yang mampu memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. *TikTok Shop* dipilih sebagai media pemasaran karena memiliki berbagai fitur yang dapat membantu pelaku usaha dalam memperkenalkan produk, menyampaikan informasi produk secara menarik, serta menjangkau calon konsumen secara lebih luas.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana Perancangan Konten *TikTok Shop* Sebagai Media Pemasaran Pada Toko Obat Herbal KJA?” Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang meliputi tahapan *Analysis, Design, Development, Implementation*, dan *Evaluation*.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing, pihak Toko Obat Herbal KJA, keluarga, serta teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penyusunan laporan akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Palembang, 14 Juli 2026

Penulis,

Ria Ramadona

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penyusunan laporan akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Andriansyah Bari, S.IP., M.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B. CFA., selaku Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Ketu Purnamasari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan selama penyusunan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Rosita, S.Psi.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bantuan, masukan, dan motivasi dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
7. Bapak Muslim selaku pemilik Toko Herbal Karja Jaya Abadi yang telah memberikan kesempatan dan membantu penulis dalam proses pengambilan data penelitian.
8. Seluruh karyawan Toko Herbal Karja Jaya Abadi yang telah memberikan bantuan dan informasi selama penelitian berlangsung.
9. Bapak/Ibu dosen serta staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya atas ilmu dan bantuan yang diberikan selama masa perkuliahan.
10. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Rizal dan Ibu Asia, atas doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah selalu menjadi sumber semangat dan kekuatan bagi penulis. Semoga pencapaian ini dapat menjadi kebanggaan dan awal dari bakti penulis kepada Ayah dan Ibu.

11. Penulis menyampaikan terima kasih kepada kakak tercinta, Riansya Heru Pratama dan Abdul Rohman, atas doa, dukungan, perhatian, serta bantuan moral maupun materi selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan laporan akhir ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan.
12. Penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan mahasiswa kelas 6 NC atas kerja sama dan kebersamaan selama masa perkuliahan. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Mutia Ramadhani, Arini Suada, Suci Purnamasari, Chairunnisa, Nezha Maulidya, dan Putri Az-Zahra atas dukungan, persahabatan, dan semangat yang diberikan selama proses perkuliahan.
13. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat penulis, Fadilah Agustini Afriyani, Marsha Abellia Putri, dan Syaharani Anggi Putri atas dukungan, motivasi, dan kebersamaan yang telah diberikan selama penyusunan laporan akhir ini. semoga segala bantuan, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap laporan akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan.

Palembang, 14 Juli 2026

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten *TikTok Shop* sebagai media pemasaran pada Toko Obat Herbal KJA. Permasalahan yang dihadapi Toko Obat Herbal KJA adalah kegiatan promosi yang selama ini masih dilakukan melalui akun *Facebook* pribadi pemilik usaha, sehingga jangkauan promosi belum maksimal dan informasi produk belum dapat menjangkau calon konsumen secara luas. Kondisi tersebut menyebabkan diperlukan adanya alternatif media pemasaran digital yang lebih efektif untuk membantu memperkenalkan produk herbal kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan model ADDIE yang terdiri atas tahapan *analysis*, *design*, *development*, *implementation*, dan *evaluation*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan konten *TikTok Shop* dapat diterapkan sebagai media pemasaran pada Toko Obat Herbal KJA. Selama masa evaluasi, konten yang dipublikasikan memperoleh 3.720 tayangan, 61 pengikut, 292 tanda suka, 27 komentar, 2 pesan masuk melalui *TikTok*, 7 pertanyaan terkait produk, serta menghasilkan 5 pembelian produk. Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap penggunaan *TikTok* dan *TikTok Shop* sebagai media promosi. Responden menilai bahwa konten yang dibuat mampu menarik perhatian, memberikan informasi produk yang mudah dipahami, serta membantu konsumen mengenali manfaat produk herbal yang ditawarkan. Dengan demikian, pemanfaatan *TikTok Shop* dapat menjadi salah satu media pemasaran digital yang efektif dalam memperluas jangkauan promosi, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mendukung kegiatan pemasaran pada Toko Obat Herbal KJA.

Kata kunci: *TikTok Shop*, *Pemasaran Digital*, *Konten Promosi*, *Media Pemasaran*, *Obat Herbal*

ABSTRACT

This study aims to design TikTok Shop content as a marketing medium for Toko Obat Herbal KJA. The problem faced by Toko Obat Herbal KJA is that promotional activities have mainly been carried out through the owner's personal Facebook account, resulting in limited promotional reach and product information that has not been widely disseminated to potential consumers. Therefore, a more effective digital marketing medium is needed to introduce herbal products to a broader audience. This study employed the Research and Development (R&D) method using the ADDIE model, which consists of analysis, design, development, implementation, and evaluation stages. Data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires distributed to consumers. The findings indicate that TikTok Shop content design can be implemented as a marketing medium for Toko Obat Herbal KJA. During the evaluation period, the published content generated 3,720 views, 61 followers, 292 likes, 27 comments, 2 direct messages through TikTok, 7 product-related inquiries, and 5 product purchases. Questionnaire results also revealed that most respondents responded positively to the use of TikTok and TikTok Shop as promotional media. Respondents considered that the content successfully attracted attention, provided clear product information, and helped consumers understand the benefits of the promoted herbal products. Therefore, TikTok Shop can serve as an effective digital marketing medium to expand promotional reach, enhance interaction with consumers, and support marketing activities at Toko Obat Herbal KJA.

Keywords: TikTok Shop, Digital Marketing, Promotional Content, Marketing Media, Herbal Products

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xxix
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	8
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran.....	10
2.1.1. Aspek Media Pemasaran	10
2.1.2. Pemasaran Digital	11
2.1.3. Tujuan Pemasaran Digital	12
2.1.4. Jenis-jenis Pemasaran Digital.....	13
2.2. Media Sosial	14
2.2.1. <i>Social Media Marketing</i>	15
2.2.2. <i>Manfaat Social Media Marketing</i>	15
2.3. <i>TikTok</i>	16

2.4. <i>E-Commerce</i>	16
2.5. <i>TikTok Shop</i>	17
2.5.1. Pengertian <i>TikTok Shop</i>	17
2.5.2. Keunggulan <i>TikTok Shop</i> Sebagai Media Pemasaran	17
2.5.3. Fitur <i>TikTok Shop</i>	18
2.6. Perancangan	19
2.6.1. Pengertian Perancangan	19
2.6.2. Tujuan Perancangan	20
2.6.3. Tahapan Perancangan	20

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Profil Usaha	22
3.1.1. Visi, Misi dan Tujuan Usaha	23
3.1.2. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	24
3.1.3. Aktivitas dan Objek Usaha Terkait Dengan Topik	25
3.2. Metode Penelitian	27
3.2.1. Pendekatan Penelitian	27
3.2.2. Jenis dan Sumber Data	28
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.2.4. Pengolahan Data	32
3.2.5 Alur Perancangan Penjual di <i>TikTok Shop</i>	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	36
4.1.1. Analisis (Analysis)	37
4.1.2. Perancangan Content (Design)	40
4.1.3. Pengembangan (<i>Development</i>)	43
4.1.4. Implementasi (<i>Implementation</i>)	61
4.1.5. Evaluasi Hasil Rancangan (<i>Evaluation</i>)	71
4.2. Pembahasan	80
4.2.1. Kelebihan <i>TikTok Shop</i> Sebagai Media <i>Digital Marketing</i> pada Toko Herbal KJA	82
4.2.2. Kekurangan <i>TikTok Shop</i> Sebagai Media <i>Digital Marketing</i> pada Toko Herbal KJA	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA	84
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Simbol Flowchart.....	34
Tabel 4. 1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Toko Obat Herbal KJA.....	38
Tabel 4. 2 Content bluprint guide	41
Tabel 4. 3 Jadwal Publikasi Konten TikTok Shop	42
Tabel 4. 4 Indikator Konten TikTok Toko Obat Herbal KJA.....	73
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Evaluasi Konten TikTok Shop.....	75
Tabel 4. 6 Respon Audiens Terhadap Konten Promosi Produk	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Tiktok di Indonesia Tahun 2020-2025.....	4
Gambar 3. 1 Toko Obat Herbal KJA Palembang.....	22
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Toko KJA.....	24
Gambar 3. 3 Alur Perancangan Penjualan di TikTok Shop	35
Gambar 4. 1 Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik Toko	40
Gambar 4. 2 Tampilan Aplikasi TikTok.....	44
Gambar 4. 3 Tampilan Aplikasi Tiktok Setelah Berhasil diunduh	44
Gambar 4. 4 Tampilan Aplikasi TikTok Shop Seller	45
Gambar 4. 5 Tampilan Aplikasi TikTok Shop Seller Setelah Berhasil diunduh ..	45
Gambar 4. 6 Tampilan Proses Pendaftaran Akun TikTok	46
Gambar 4. 7 Tampilan Pengisian Nomor Telepon pada Proses Pendaftaran Akun TikTok.....	47
Gambar 4. 8 Tampilan Verifikasi Kode OTP Akun TikTok	48
Gambar 4. 9 Tampilan Profil Akun TikTok Toko Obat Herbal KJA	49
Gambar 4. 10 Tampilan Halaman Pendaftaran TikTok Shop Seller	49
Gambar 4. 11 Tampilan Persetujuan Akses Akun TikTok Shop Seller.....	50
Gambar 4. 12 Tampilan Tahapan Verifikasi dan Persiapan Toko	51
Gambar 4. 13 Tampilan Pengisian Nama Toko pada TikTok Shop Seller.....	52
Gambar 4. 14 Tampilan Pemilihan Kategori Produk pada <i>TikTok Shop Seller</i>	52
Gambar 4. 15 Tampilan Verifikasi Usaha pada <i>TikTok Shop Seller</i>	53

Gambar 4. 16 Tampilan Halaman Beranda TikTok Shop Seller	54
Gambar 4. 17 Tampilan Halaman Tambah Produk pada TikTok Shop Seller	55
Gambar 4. 18 Tampilan Kategori Produk Herbal	55
Gambar 4. 19 Tampilan Proses Pengisian Detail Produk	56
Gambar 4. 20 Tampilan Pengisian Informasi Spesifikasi Produk	57
Gambar 4. 21 Tampilan Pengisian Data Penjualan Produk	58
Gambar 4. 22 Tampilan Publikasi Produk pada TikTok Shop Seller	58
Gambar 4. 23 Tampilan Produk pada Etalase TikTok Shop Seller	59
Gambar 4. 24 Proses Editing Promosi Menggunakan CapCut	60
Gambar 4. 25 Proses Pembuatan Desain Menggunakan Canva	61
Gambar 4. 26 Halaman Awal Fitur Posting Konten pada TikTok.....	62
Gambar 4. 27 Tampilan Pemilihan Fitur Foto dan Video pada TikTok	63
Gambar 4. 28 Tampilan Pemilihan Konten Produk dari Galeri.....	64
Gambar 4. 29 Tampilan Pengeditan Konten pada TikTok	65
Gambar 4. 30 Tampilan Pengaturan Postingan TikTok.....	66
Gambar 4. 31 Tampilan Penambahan Tautan Produk pada Konten TikTok	66
Gambar 4. 32 Tampilan Publikasi Konten pada TikTok	67
Gambar 4. 33 Tampilan Konten Promosi Produk Herbal	68
Gambar 4. 34 Tampilan Produk Aromaterapi Plossa.....	69
Gambar 4. 35 Tampilan Konten Promo Produk Sabun Cair Safira	70
Gambar 4. 36 Tampilan Konten Foto Produk Madu Herbal.....	71
Gambar 4. 37 Evaluasi Performa TikTok	72
Gambar 4. 38 Respon Audiens.....	77

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Izin Pengambilan Data
2. Surat Pengantar Izin Pengambilan Data
3. Surat Balasan Izin Pengambilan Data
4. Lembar Kesepakatan Bimbingan I
5. Lembar Kesepakatan Bimbingan II
6. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing I
7. Lembar Konsultasi Laporan Akhir Pembimbing II
8. Hasil Wawancara Pengambilan Data
9. Lembar Kunjungan Mahasiswa
10. Surat Pernyataan Penggunaan Perancangan
11. Surat Perjanjian Perancangan Konten
12. Berita Acara Serah Terima Hasil Rancangan
13. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
14. Lembar Nomor Induk Berusaha (NIB)
15. Buku Panduan
16. Surat Pernyataan HKI
17. Surat Pencatatan Ciptaan
18. Lembar Revisi Laporan Akhir
19. Lembar Pelaksanaan Revisi Laporan Akhir
20. Dokumentasi