

**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN OMZET
PENJUALAN PADA KEDAI FAT HUNT SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH :

OSSA YUANSAH PUTRI
NPM : 21042010171

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN
IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN OMZET
PENJUALAN PADA KEDAI FAT HUNT SURABAYA

Disusun Oleh :

OSSA YUANSAH PUTRI

NPM. 21041010171

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan Skripsi

Menyetujui,
PEMBIMBING


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur-Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182921211006

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI MELALUI PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL TIKTOK DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PADA KEDAI
FAT HUNT SURABAYA**

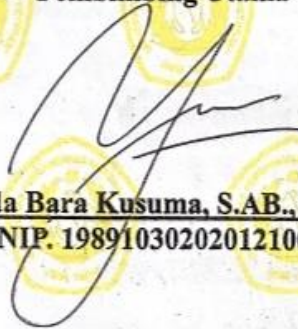
Disusun Oleh :

OSSA YUANSAH PUTRI

NPM. 21042010171

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 14 Mei 2025

Pembimbing Utama



Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.
NIP. 198910302020121007

Tim Penguji

1. Ketua



Nurul Azizah, S.AB., M.AB.
NIP. 199105012024062001

2. Sekretaris



Dra. Sonja Andarini, M.Si.
NIP. 196503261993092001

3. Anggota



Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ossa Yuansah Putri
NPM : 21042010171
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 1 April 2025

Yang Membuat pernyataan



Ossa Yuansah Putri
NPM. 21042010171

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ***"Implementasi Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial TikTok dalam Meningkatkan Omzet Penjualan pada Kedai Fat Hunt Surabaya "***. Penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penulisan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, waktu, serta ilmu yang Bapak berikan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM., MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Keluarga Tercinta, atas segala dukungan moral, doa, serta kasih sayang yang selalu menjadi semangat utama dalam menyelesaikan studi ini.
5. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Administrasi Bisnis yaitu Nabilla, Kharisma, Naomi, Sekar dan Afa yang telah menemani dan memotivasi dalam penyusunan proposal ini.
6. Owner, Karyawan serta konsumen dari Kedai Fat Hunt Surabaya yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian proposal ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.

Surabaya, 25 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.4.1 Manfaat Teoritis	19
1.4.2 Manfaat Praktis	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Landasan Teori	28
2.2.1 Implementasi	28
2.2.2 Pemasaran	29
2.2.3 Strategi	31
2.2.5 Media Sosial TikTok	37
2.2.6 Tiktok sebagai Media Promosi	39
2.2.7 Omzet Penjualan	42
2.3 Kerangka Berpikir	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Batasan Masalah Penelitian	45
3.3 Lokasi Penelitian	46
3.4 Objek dan Informan Penelitian	46

3.4.1 Objek Penelitian.....	46
3.4.2 Informan Penelitian.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.5.1 <i>In-Depth Interview</i>	48
3.5.2 Observasi	48
3.5.3 Dokumentasi	49
3.6 Jenis dan Sumber Data	50
3.6.1 Jenis Data	50
3.6.2 Sumber Data	50
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	52
3.9 Jadwal Penelitian	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan	55
4.1.2 Logo Perusahaan.....	57
4.1.3 Struktur Perusahaan	57
4.2 Penyajian Data.....	59
4.3 Pembahasan	71
4.3.1 Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Sosial TikTok	83
4.3.2 Kendala yang Dihadapi.....	90
4.3.3 Perbandingan Hasil Penelitian	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rincian omzet penjualan 6 bulan terakhir.....	13
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Struktur Perusahaan.....	61
Tabel 4.2 Omzet Penjualan	80
Tabel 4.4 Perbandingan Hasil Penelitian.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Menu Makanan Fat Hunt	11
Gambar 1.2 Media Sosial TikTok Fat Hunt.....	17
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 3. 1 Triangulasi Teknik	52
Gambar 3. 2 Triangulasi Sumber	53
Gambar 4.1 Logo Fat Hunt	61
Gambar 4.2 Akun TikTok Fat Hunt.....	83
Gambar 4.3 Kolaborasi Fat Hunt dengan Influencer TikTok.....	85
Gambar 4.4 Akun TikTok Fat Hunt <i>Live Streaming</i>	86

ABSTRAK

Ossa Yuansah Putri, 21042010171, Implementasi Strategi Promosi Melalui Media Sosial Tiktok Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Kedai Fat Hunt Surabaya.

Penelitian ini membahas bagaimana strategi promosi digital melalui platform TikTok dapat diterapkan secara efektif untuk meningkatkan omzet penjualan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pendekatan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara terhadap pemilik, karyawan, dan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi promosi dilakukan melalui pengoptimalan akun TikTok, pembuatan konten visual yang menarik, kolaborasi dengan influencer, serta interaksi yang aktif dan responsif terhadap audiens. Strategi ini diperkuat dengan pendekatan personal melalui balasan komentar dan komunikasi langsung yang relevan dengan kebutuhan pelanggan. Data omzet menunjukkan peningkatan signifikan dari bulan November 2024 hingga April 2025, dengan angka tertinggi mencapai Rp 70.000.000. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang dijalankan secara kreatif, dan konsisten mampu meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong peningkatan penjualan pada suatu bisnis.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Omzet Penjualan, TikTok, UMKM

ABSTRACT

Ossa Yuansah Putri, 21042010171, Implementation Of Promotional Strategies Through Tiktok Social Media To Increase Sales Revenue at Kedai Fat Hunt Surabaya.

This research discusses how digital promotion strategies through the TikTok platform can be effectively implemented to increase sales turnover in micro, small and medium enterprises (MSMEs). This research approach is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews with owners, employees, and consumers. The results showed that the implementation of promotional strategies was carried out through optimizing TikTok accounts, creating attractive visual content, collaborating with influencers, and active and responsive interaction with audiences. This strategy is reinforced by a personalized approach through comment replies and direct communication relevant to customer needs. Turnover data shows a significant increase from November 2024 to April 2025, with the highest figure reaching Rp 70,000,000. This finding shows that a promotional strategy that is carried out creatively, and consistently is able to increase the competitiveness of MSMEs and encourage increased sales in a business.

Keywords: Promotion Strategy, Sales Turnover, TikTok, MSMEs