

SKRIPSI

**EFEKTIVITAS MEDIA DIGITAL PROMOSI TIKTOK
TERHADAP PENJUALAN DI RESTORAN PEMPEK
FIFIN RAWAMANGUN**



**Disusun oleh
Tubagus Rasyid Permana
NIM: 21700060**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA
KREATIF JAKARTA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Efektivitas Media Digital Promosi Terhadap
Penjualan di Restoran Pempek FinFin Rawamangun
Penulis : Tubagus Rasyid Permana
NIM : 21700060
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Rabu, 30 Juli 2025

Disahkan Oleh:
Ketua Penguji,



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd , M.M

NIP. 198605092019032011

Penguji 1

Penguji 2



Swastono Putro Pirasty, S.Par. , M.Par
NIP. 198804112020121008



Antinah Latif, S.Kp.G., M.Km
NIP. 199112092019032023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pariwisata



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd , M.M

NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Efektivitas Media Digital Promosi Terhadap
Penjualan di Restoran Pempek FinFin Rawamangun

Penulis : Tubagus Rasyid Permana

NIM : 21700060

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, 25 Juli 2025

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.
Ditandatangani di Jakarta, 8 Juli 2025

Pembimbing 1



Antinah Latif, S. Kp. G., M. KM

NIP. 199112092019032023

Pembimbing 2



Anindita Budi Astuti, SE., M.M

NIP. 1981103052008122001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi



Fristi Bellia Annishia, S. KM., M. Par., M.M

NIP.199003062020122013

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tubagus Rasyid Permana
NIM : 21700060
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:
“Efektivitas Media Digital Promosi Terhadap Penjualan di Restoran Pempek
FinFin Rawamangun”

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang menyatakan,



Tubagus Rasyid Permana

NIM. 21700060

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tubagus Rasyid Permana
NIM : 21700060
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Efektivitas Media Digital Promosi Terhadap Penjualan di Restoran Pempek FinFin Rawamangun”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Jakarta, 31 Juli 2025

Yang menyatakan



Tubagus Rasyid Permana

NIM. 21700060

ABSTRACT

This study aims to evaluate the effectiveness of digital media promotion, especially through the TikTok platform, on increasing sales at Pempek FinFin Rawamangun Restaurant, Jakarta. This research uses a qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, observation, and documentation. The results showed that the digital promotion strategy carried out through TikTok was able to expand market reach, increase sales, and build consumer interaction and loyalty through interesting, educational, and entertaining content. Nevertheless, it was found that sales fluctuations still occur, influenced by external factors such as social media algorithms, digital trends, and consumer purchasing power. A comparison between the conditions before and after the use of digital media shows a significant increase in promotional effectiveness. Personalized and authentic content proved easier to reach the audience and encourage buying interest. This study concludes that digital promotion through TikTok is effective in increasing sales, but its success depends on content consistency, utilization of platform features, and adaptation to the dynamics of consumer behavior. The findings are expected to be a strategic reference for other MSME players in developing relevant and targeted digital promotions in the era of social media-based marketing.

Keywords: *TikTok, digital promotion, effectiveness, sales, MSMEs*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas media digital promosi, khususnya melalui platform TikTok, terhadap peningkatan penjualan di Restoran Pempek FinFin Rawamangun, Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang dilakukan melalui TikTok mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta membangun interaksi dan loyalitas konsumen melalui konten yang menarik, edukatif, dan menghibur. Meskipun demikian, ditemukan adanya fluktuasi penjualan yang masih terjadi, dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti algoritma media sosial, tren digital, dan daya beli konsumen. Perbandingan antara kondisi sebelum dan sesudah penggunaan media digital menunjukkan adanya peningkatan efektivitas promosi secara signifikan. Konten yang dikemas secara personal dan otentik terbukti lebih mudah menjangkau audiens dan mendorong minat beli. Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi digital melalui TikTok efektif dalam meningkatkan penjualan, namun keberhasilannya bergantung pada konsistensi konten, pemanfaatan fitur platform, serta adaptasi terhadap dinamika perilaku konsumen. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi strategis bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengembangkan promosi digital yang relevan dan tepat sasaran di era pemasaran berbasis media sosial.

Kata Kunci: TikTok, promosi digital, efektivitas, penjualan, UMKM

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmatnyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “EFEKTIVITAS MEDIA DIGITAL PROMOSI TERHADAP PENJUALAN DI RESTORAN PEMPEK FINFIN RAWAMANGUN” Tepat pada waktunya.

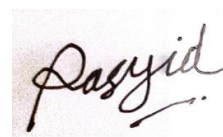
Tujuan skripsi ini merupakan salah satu syarat atau proses yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Pengelolaan Perhotelan Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Media Kreatif pada jenjang Diploma 4. Dalam penyusunan Skripsi penelitian ini penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak dan tak lupa pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan moril maupun materil sehingga penyusunan proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd, M.M., selaku Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Swastono Putro Pirastyo, S. Par., M. Par. Selaku Sekertaris Jurusan Pariwisata.
5. Fristi Bellia Annishia, S.KM., M.Par., M.M. Selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta
6. Antinah Latif, S. Kp. G., M. KM. selaku Pembimbing 1
7. Anindita Budi Astuti, SE., M.M. selaku Pembimbing 2
8. Tohirin sebagai owner perusahaan yang telah mengizinkan restorannya sebagai objek penelitian
9. Keluarga saya yang dengan penuh kesabaran, kasih sayang, serta doa yang tak pernah putus, selalu menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah hidup penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan dan dukungan yang tak ternilai harganya.

10. Teman-teman terdekat, khususnya Abiyu, Ali, Daffa, Dimas, Fawaz, Kelvin yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membantu penulis dalam penajaman materi, berbagi referensi, dan memberikan perspektif yang memperkaya isi skripsi ini. Terima kasih atas semangat dan kebersamaan yang begitu berarti.
11. Rekan-rekan Program Studi Pengelolaan Perhotelan angkatan 2021 atas dukungan, semangat, dan kebersamaan selama menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran dan kerja sama kalian telah memberikan warna serta motivasi tersendiri dalam perjalanan akademik saya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan karya ini, masih terdapat banyak kekurangan yang mungkin luput dari perhatian. Hal ini tentu menjadi bahan refleksi sekaligus pembelajaran yang sangat berarti bagi penulis. Namun demikian, dengan segala keterbatasan yang ada, penulis telah berusaha menyusun karya ini sebaik mungkin, dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi salah satu kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu di bidang terkait.

Penulis,
Jakarta, 8 Juli 2025



Tubagus Rasyid Permana
21700060

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Hasil Penelitian Yang Relevan	18
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis atau Desain Penelitian	21
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	21
C. Objek dan Subjek Penelitian.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23

E. Teknik Analisis	24
F. Triangulasi Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	27
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan.....	40
D. Keterbatasan Penelitian	45
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Implikasi Penelitian.....	48
D. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan Sebelum Menggunakan TikTok	4
Tabel 2. Penelitian Yang Relevan.....	18
Tabel 3. Hasil Wawancara Dengan Informan	29
Tabel 4. Hasil Wawancara Dengan Informan	31
Tabel 5. Hasil Wawancara Dengan Informan	32
Tabel 6. Hasil Wawancara Dengan Informan	34
Tabel 7. Hasil Wawancara Dengan Informan	39
Tabel 8. Data Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan TikTok	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pengguna Media Sosial.....	1
Gambar 2. Grafik Penjualan TikTok dan Restoran Bulan Oktober.....	35
Gambar 3. Grafik Penjualan TikTok dan Restoran Bulan November	35
Gambar 4. Grafik Penjualan TikTok dan Restoran Bulan Desember.....	35
Gambar 5. Media Sosial TikTok Pempek FinFin	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup	55
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir	56
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal.....	57
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	58
Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan Wawancara	71
Lampiran 6 Sertifikat Magang Industri.....	73
Lampiran 7 Dokumentasi Foto Kegiatan Tugas Akhir	74