



STRATEGI PEMASARAN MELALUI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA A.F.Y FARM

SALMA SAFIRA



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Strategi Pemasaran melalui TikTok untuk Meningkatkan Penjualan pada A.F.Y Farm” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Salma Safira
J0410221114

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

SALMA SAFIRA. Strategi Pemasaran melalui TikTok untuk Meningkatkan Penjualan pada A.F.Y Farm. Dibimbing oleh VERALIANTA BR. SEBAYANG.

A.F.Y Farm merupakan usaha peternakan domba di Kecamatan Ciampea, Kabupaten Bogor yang belum mengoptimalkan pemanfaatan TikTok sebagai media pemasaran sehingga jangkauan pasar dan penjualan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran melalui TikTok, hubungan *like*, dan *view* TikTok terhadap penjualan, serta dampaknya terhadap kinerja usaha. Penelitian menggunakan metode campuran dengan analisis *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), bauran pemasaran (4P), uji korelasi rank spearman, analisis R/C rasio, dan *sales growth*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran melalui TikTok meningkatkan jumlah *followers* dari 143 menjadi 504 dan jumlah *likes* dari 239 menjadi 3.115. Hasil uji rank spearman menunjukkan bahwa *like* dan *view* memiliki hubungan positif terhadap penjualan. Selain itu, nilai R/C rasio meningkat dari 1,39 menjadi 1,61 dan *sales growth* mencapai 103%. Penerapan strategi pemasaran melalui TikTok memberikan dampak positif terhadap peningkatan jangkauan promosi, *engagement*, penjualan, dan kinerja usaha sehingga dapat menjadi strategi pemasaran digital bagi A.F.Y Farm.

Kata kunci: bauran pemasaran, peternakan domba, R/C rasio, uji rank spearman, TikTok

ABSTRACT

SALMA SAFIRA. Marketing Strategy through TikTok to Increase Sales at A.F.Y Farm. Supervised by VERALIANTA BR. SEBAYANG.

A.F.Y Farm is a sheep farming business located in Ciampea District, Bogor Regency, that has not yet optimized the use of TikTok as a marketing platform, resulting in limited market reach and sales. This study aimed to analyze the implementation of marketing strategies through TikTok, examine the relationship between TikTok like, view on sales, and evaluate their impact on business performance. The study employed a mixed methods approach using Segmentation, Targeting, Positioning (STP) analysis, the marketing mix (4P), spearman rank correlation analysis, R/C ratio analysis, and sales growth analysis. The results showed that the implementation of the TikTok marketing strategy increased the number of followers from 143 to 504 and the number of likes from 239 to 3,115. The spearman rank correlation analysis indicated that like and view had a positive relationship with sales. In addition, the R/C ratio increased from 1.39 to 1.61, while sales growth reached 103%. The implementation of the TikTok marketing strategy had a positive impact on promotional reach, engagement, sales, and business performance, making it a suitable digital marketing strategy for A.F.Y Farm.

Keywords: marketing mix, R/C ratio, sheep farming, spearman rank correlation, TikTok



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



STRATEGI PEMASARAN MELALUI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA A.F.Y FARM

SALMA SAFIRA

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Doni Sahat Tua Manalu, S.E., M.Si.



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Proyek Akhir : Strategi Pemasaran melalui TikTok untuk Meningkatkan Penjualan pada A.F.Y Farm
Nama : Salma Safira
NIM : J0410221114

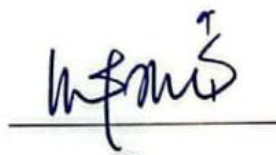
Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Veralianta Br Sebayang, S.P., M.Si.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016



Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NPI. 196607171992031003



Tanggal Ujian: 16 Juli 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala limpahan karunia dan rahmat-Nya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir yang berjudul "Strategi Pemasaran melalui TikTok untuk Meningkatkan Penjualan pada A.F.Y Farm" ini disusun berdasarkan hasil kegiatan magang industri yang dilaksanakan selama enam bulan, terhitung sejak bulan Juli hingga Desember 2025 di A.F.Y Farm, Ciampea, Kabupaten Bogor. Penulisan tugas akhir ini ditujukan sebagai salah satu prasyarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor.

Dalam proses penyusunan hingga penyelesaian tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, arahan, serta dukungan berharga dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Veralianta Br Sebayang, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran, dan bimbingan yang sangat bernilai demi kesempurnaan tugas akhir ini. Penghargaan dan terima kasih juga penulis tujukan kepada dosen penguji kepada Dr. Doni Sahat Tua Manalu, S.E., M.Si. atas segala masukan akademik, koreksi, serta kritik membangun yang diberikan selama proses perbaikan karya ilmiah ini. Selain itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Agribisnis dan Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Penulis juga menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang mendalam kepada seluruh jajaran manajemen serta karyawan di A.F.Y Farm, khususnya kepada Pak Yusuf Munandar selaku direktur perusahaan dan Pak Ridwan Abdul Haris selaku manajer produksi, serta para karyawan yang telah memberikan izin riset, membantu proses pengumpulan data lapangan, serta memberikan arahan profesional selama kegiatan magang industri berlangsung. Rasa terima kasih yang tidak terhingga penulis persembahkan kepada ayah, ibu, dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, serta dukungan sepanjang masa studi penulis. Tidak lupa, terima kasih saya ucapkan juga kepada seluruh rekan-rekan mahasiswa Manajemen Agribisnis, terutama angkatan 2022, atas bantuan, semangat, dan kebersamaannya. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pihak-pihak yang membutuhkan serta berkontribusi positif bagi kemajuan ilmu pengetahuan di bidang agribisnis.

Bogor, Juli 2026

Salma Safira

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Peternakan Domba	5
2.2 Pemasaran Digital	5
2.3 <i>Engagement</i> Media Sosial TikTok	6
2.4 Strategi Bauran Pemasaran STP	6
2.5 Bauran Pemasaran 4P	7
2.6 Uji Korelasi Spearman	7
2.7 Pertumbuhan Penjualan (<i>Sales Growth</i>)	8
2.8 Penelitian Terdahulu	8
2.9 Kerangka Pemikiran	11
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
3.2 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	13
3.3 Metode Analisis Penelitian	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	18
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	18
4.2 Strategi Pemasaran di TikTok yang dapat diterapkan A.F.Y Farm	28
4.3 Hubungan Jumlah <i>Like</i> , <i>View</i> dan Total Penjualan pada TikTok	38
4.4 Penerimaan Sebelum dan Sesudah Penerapan TikTok A.F.Y Farm	43
4.5 Implikasi Manajerial terhadap Perusahaan	46
V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP	56

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Populasi sapi, kambing, dan domba di Jawa Barat tahun 2024-2025	1
2	Permintaan dan penawaran domba di A.F.Y Farm	2
3	Penelitian terdahulu	9
4	Interpretasi nilai korelasi	15
5	Fasilitas produksi di A.F.Y Farm	22
6	Timeline pemasaran TikTok Des 2025 – Feb 2026	34
7	Jumlah <i>like</i> , <i>view</i> , dan total penjualan bulan Desember 2025	39
8	Jumlah <i>like</i> , <i>view</i> , dan total penjualan bulan Januari 2026	40
9	Jumlah <i>like</i> , <i>view</i> , dan total penjualan bulan Februari 2026	41
10	Uji hubungan antara jumlah <i>like</i> dan <i>view</i> dengan total penjualan	42
11	Penerimaan dan pengeluaran sebelum penerapan TikTok	43
12	Penerimaan dan pengeluaran setelah penerapan TikTok	44
13	Perhitungan R/C <i>ratio</i> sebelum dan sesudah penerapan TikTok	45

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	12
2	Logo perusahaan	18
3	Struktur organisasi perusahaan	20
4	Domba bakalan	24
5	Domba pejantan garut	25
6	Induk domba yang baru lahir	26
7	Penggemukan domba	26
8	Domba garut kualitas super	27
9	Promosi di instagram A.F.Y Farm	27
10	Pengolahan domba guling	28
11	Target usia penonton	29
12	Akun awal TikTok sebelum penerapan	32
13	Unggahan konten TikTok A.F.Y Farm	35
14	Akun A.F.Y Farm setelah penerapan TikTok	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	Uji rank spearman bulan Desember 2025	55
2	Uji rank spearman bulan Januari 2026	55
3	Uji rank spearman bulan Februari 2026	55