

ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN SUSU KAMBING MORNING SUN DAIRY FARM

HANINA ANGGISYA DECENCY



**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 “Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Penjualan Susu Kambing Morning Sun Dairy 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, Juni 2026

Hanina Anggisya Decency
J0410221129



ABSTRAK

HANINA ANGGISYA DECENCY. Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Penjualan Susu Kambing Morning Sun Dairy Farm. Dibimbing oleh MUH. FATUROKHMAN.

Produk susu kambing memiliki potensi pasar yang besar, namun pemanfaatan pemasaran digital di Morning Sun Dairy Farm belum optimal sehingga penjualan masih berfluktuasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis persepsi konsumen terhadap kegiatan pemasaran TikTok, menganalisis pengaruh terhadap tingkat penjualan susu kambing, serta menyusun strategi pengembangan. Penelitian menggunakan analisis deskriptif, SEM-PLS, dan analisis finansial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap pemasaran TikTok tergolong positif. Konten video, iklan berbayar, dan *live streaming* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,556 atau sebesar 55,6%. Pemasaran digital juga meningkatkan volume penjualan dan penerimaan usaha. Strategi pengembangan difokuskan pada optimalisasi konten video, iklan berbayar, dan *live streaming* untuk meningkatkan efektivitas pemasaran digital dan penjualan produk Misukamu.

Kata kunci: pemasaran, susu kambing, SEM-PLS, TikTok, tingkat penjualan

ABSTRACT

HANINA ANGGISYA DECENCY. Analysis of the Influence of TikTok Social Media Marketing on the Sales Level of Morning Sun Dairy Farm Goat Milk. Supervised by MUH. FATUROKHMAN.

Goat milk products have great market potential, but the use of digital marketing at Morning Sun Dairy Farm has not been optimal, resulting in fluctuating sales. This research aims to analysis consumer perceptions of TikTok marketing activities, examine the impact on goat milk sales levels, and develop a growth strategy. The research uses descriptive analysis, SEM-PLS, and financial analysis. The research results show that consumer perception of TikTok marketing is classified as positive. Video content, paid advertisements, and live streaming have a positive and significant impact on sales levels with an coefficient of determination (R^2) of 0,556 or 55,6%. Digital marketing also increases sales volume and business acceptance. The development strategy focuses on optimizing video content, paid advertisements, and live streaming to enhance the effectiveness of digital marketing and the sales of Misukamu products.

Keywords: goat milk, marketing, sales level, SEM-PLS, 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.

ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP TINGKAT PENJUALAN SUSU KAMBING MORNING SUN DAIRY FARM

HANINA ANGGISYA DECENCY

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



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.

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Ir. Hermawan Wana, M.Si.

- 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 : Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Penjualan Susu Kambing Morning Sun Dairy Farm

Nama : Hanina Anggisya Decency

NIM : J0410221129

Disetujui oleh

Pembimbing :
Muh Faturokhman, S.Pt., 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.
NIP. 196607171992031003




Tanggal Ujian : 17 Juni 2026

Tanggal lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Penjualan Susu Kambing Morning Sun Dairy Farm” dengan baik. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar pada Program Studi Manajemen Agribisnis, Sekolah Vokasi, IPB University. Proses penyusunan tugas akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan, bimbingan, arahan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Muh. Faturokhman, S.Pt., M.Si. sebagai dosen pembimbing utama, serta seluruh dosen dan tenaga kependidikan Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Eru Gunawan, Mang Kumil, dan seluruh karyawan Morning Sun Dairy Farm selaku pembimbing lapang di perusahaan yang telah memberikan kesempatan, pengalaman, serta pendampingan selama kegiatan magang industri dan pengumpulan data penelitian. Ungkapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Elina Anggitha Sari Julliana dan Bapak Asep Mochammad Syafaat selaku orang tua yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir ini dengan baik. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada Selfiani Sukirman dan Muhammad Dzikra Asqalani HS Chandra Praja selaku teman kelompok pada saat magang industri, serta teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen Agribisnis angkatan 59, terutama kepada Acintya Iklil Asinda, Azzahro Housheki S, Anida Khoirunisa, dan Nilla Wulandari yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan proyek akhir ini.

Penulis menyadari bahwa proyek akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Sebab itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan dan berharap masukan dan kritik membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi para pembaca yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2026

Hanina Anggisya Decency

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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
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 Pemasaran Digital	5
2.2 Media Sosial	5
2.3 Media Sosial TikTok	6
2.4 Pemasaran dalam TikTok	6
2.5 Tingkat Penjualan	8
2.6 Penelitian Terdahulu	8
2.7 Kerangka Pemikiran	10
2.8 Hipotesis	11
III METODE	13
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Metode Pengambilan Sampel	14
3.4 Metode Analisis Data	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Gambaran Umum Morning Sun Dairy Farm	21
4.2 Unit Bisnis	23
4.3 Bauran Pemasaran 4P Morning Sun Dairy Farm	26
4.4 Kegiatan Pemasaran TikTok Misukamu	28
4.5 Karakteristik Responden	33
4.6 Persepsi Konsumen	33
4.7 Analisis SEM-PLS	37
4.8 Analisis Finansial	43
4.9 Implikasi Manajerial	46
V SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Simpulan	49
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	59



DAFTAR TABEL

1	Populasi kambing di Jawa Barat tahun 2022-2024	1
2	Produksi dan penjualan susu kambing Morning Sun Dairy Farm	3
3	Volume penjualan susu kambing murni Morning Sun Dairy Farm	3
4	Penelitian terdahulu	8
5	Skala <i>likert</i> 4 point	13
6	Interval	15
7	Instrumen penelitian	15
8	Kriteria penilaian ROAS	20
9	Harga produk susu kambing Morning Sun Dairy Farm	27
10	Aktivitas akun TikTok misukamu	29
11	Volume penjualan masa penelitian tahun 2025-2026	31
12	Karakteristik responden	33
13	Persepsi konsumen terhadap video konten TikTok Misukamu	34
14	Persepsi konsumen terhadap iklan berbayar TikTok Misukamu	35
15	Persepsi konsumen terhadap <i>live streaming</i> TikTok Misukamu	36
16	Persepsi konsumen terhadap tingkat penjualan susu	37
17	Hasil uji validitas konvergen berdasarkan nilai <i>outer loading</i>	38
18	Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	40
19	Hasil validitas diskriminan (HTMT)	40
20	Hasil uji reliabilitas	40
21	Hasil uji koefisien determinasi (R^2)	41
22	Hasil nilai <i>effect size</i> (f^2)	42
23	Hasil pengujian koefisien jalur	43
24	Penerimaan sebelum pengembangan tahun 2025	43
25	Penerimaan setelah pengembangan tahun 2025-2026	44
26	Nilai ROAS konten TikTok Misukamu	45
27	Analisis R/C <i>ratio</i>	45
28	Penjadwalan aktivitas pemasaran TikTok Misukamu tahun 2025	47
29	Rekomendasi pengembangan TikTok Misukamu	48

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran analisis pengaruh pemasaran media sosial TikTok terhadap tingkat penjualan susu kambing	11
2	Variabel penelitian	12
3	<i>Path model</i> analisis	17
4	Logo perusahaan Morning Sun Dairy Farm	21
5	Merek susu kambing Morning Sun Dairy Farm	21
6	Struktur organisasi Morning Sun Dairy Farm	22
7	Saluran distribusi pada Morning Sun Dairy Farm	27
8	Tampilan TikTok Misukamu sebelum dan sesudah	28
9	Video konten terpublikasi pada TikTok Misukamu	29
10	Pengaturan kampanye TikTok <i>Ads</i>	30
11	<i>Dashboard</i> hasil kampanye TikTok <i>Ads</i>	30
12	Dokumentasi kegiatan <i>live streaming</i>	32
13	Jumlah tayangan dan komentar <i>live streaming</i>	32
14	Hasil <i>path model</i> analisis	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	54
2	Hasil uji SEM-PLS	56
3	Dokumentasi kegiatan magang	57
4	Dokumentasi publikasi konten	58