

THE INFLUENCE OF TIKTOK AS A MARKETING STRATEGY TO INCREASE THE NUMBER OF VISITORS AT TAMAN WISATA ALAM ANGKE KAPUK

NAZWA MAGHVIRA NASUTION



**AGRIBUSINESS MANAGEMENT
VOCATIONAL SCHOOL
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2025**

- 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.



STATEMENT REGARDING THE FINAL PROJECT REPORT, SOURCES OF INFORMATION AND TRANSFER OF COPYRIGHT

I hereby declare that the final project report titled The Influence of TikTok as a Marketing Strategy to Increase the Number of Visitors at Taman Wisata Alam Angke Kapuk is my own work under the guidance of the supervisory committee and has not been submitted in any form to any other university. Sources of information taken or quoted from published or unpublished works of other authors have been mentioned in the text and included in the references list at the end of this final project report.

I hereby transfer the copyright of my written work to the IPB University.

Bogor, July 2025

Nazwa Maghvira Nasution
NIM J0310211275

- 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.



ABSTRACT

NAZWA MAGHVIRA NASUTION. The Influence of TikTok as a Marketing Strategy to Increase the Number of Visitors at Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Supervised by MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Taman Wisata Alam Angke Kapuk is an ecotourism destination in Jakarta that promotes mangrove conservation through educational and participatory activities. However, visitor numbers had been stagnant due to limited digital marketing. This study aims to analyze the impact of TikTok content to increase visitor numbers at Taman Wisata Alam Angke Kapuk. The methods used were descriptive statistics, SEM-PLS (Smart PLS 4), and R/C Ratio analysis. Data were collected from 100 respondents and analyzed quantitatively. SEM-PLS results indicate that promotional content (X_3) and trend following content (X_4) significantly influence visit intentions. In contrast, educational and visual aesthetic presentation content have no significant impact. Financial analysis using the R/C ratio shows an increase from 1.13 to 1.32 after implementing the TikTok strategy, indicating its feasibility and profitability. This study demonstrates that TikTok based marketing are effective in increasing visitor numbers and supporting the sustainability of ecotourism businesses.

Keywords: Digital marketing, ecotourism, R/C ratio, SEM-PLS, tiktok

ABSTRAK

NAZWA MAGHVIRA NASUTION. Pengaruh TikTok sebagai Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung di Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Dibimbing oleh MAYA DEWI DYAH MAHARANI.

Taman Wisata Alam Angke Kapuk adalah destinasi ekowisata di Jakarta yang mempromosikan konservasi mangrove melalui kegiatan edukatif dan partisipatif. Namun, jumlah pengunjung mengalami stagnasi karena keterbatasan pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten TikTok terhadap peningkatan jumlah pengunjung di Taman Wisata Alam Angke Kapuk. Metode yang digunakan adalah statistik deskriptif, SEM-PLS (Smart PLS 4), dan analisis R/C Rasio. Data diperoleh dari 100 responden yang merupakan pengunjung potensial dan dianalisis secara kuantitatif. Hasil SEM-PLS menunjukkan bahwa variabel konten promosi (X_3) dan konten yang mengikuti tren (X_4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Sebaliknya, konten edukatif dan estetika visual tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Analisis finansial menggunakan rasio R/C menunjukkan peningkatan dari 1,13 menjadi 1,32 setelah penerapan strategi TikTok, menandakan kelayakan dan profitabilitas strategi ini. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis TikTok, efektif dalam meningkatkan kunjungan dan keberlanjutan bisnis ekowisata.

Kata Kunci : Digital marketing, ekowisata, R/C rasio, 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 2025
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.

THE INFLUENCE OF TIKTOK AS A MARKETING STRATEGY TO INCREASE THE NUMBER OF VISITORS AT TAMAN WISATA ALAM ANGKE KAPUK

NAZWA MAGHVIRA NASUTION

Final Project Report
as one of the requirements to obtain the
Bachelor's degree in the
Agribusiness Management Study Program

**AGRIBUSINESS MANAGEMENT
VOCATIONAL SCHOOL
IPB UNIVERSITY
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik 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.



Final Project Title

: The Influence of TikTok as a Marketing Strategy to
Increase the Number of Visitors at Taman Wisata Alam
Angke Kapuk

Name

: Nazwa Maghvira Nasution

NIM

: J0310211275

@Hak cipta milik IPB University

Supervisor:

Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M.AP.

Approved by

Acknowledged by

Head of Study Program:

Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dean of Vocational School:

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Date of Examination: July 15th 2025

Graduation Date:

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.

PREFACE

Praise and gratitude are extended by the author to Allah Subhanahu wa Ta'ala for all the blessings, enabling the successful completion of this final project. The chosen theme for this research, conducted from February 2025 to July 2025, is digital marketing in the agritourism sector, with the title "The Influence of TikTok as a Marketing Strategy to Increase the Number of Visitors at Taman Wisata Alam Angke Kapuk."

The author expresses sincere thanks to the supervisors, Dr. Ir. Maya Dewi Dyah Maharani, M.AP., for their guidance and invaluable advice. Gratitude is also extended to the examiner of this final project, Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si. Furthermore, the author extends appreciation to Ir. Ken Savitri Ambarsari, MBA; Ir. Bambang Karyo Soesilo; and Andika Rauli Danangputra for granting permission to conduct this research, as well as to all the staff and employees of Taman Wisata Alam Angke Kapuk for their assistance during data collection. Special thanks are also conveyed to my father, Alponso Johan Sara Nasution, S.H., my mother, Siti Fatimah Br.Ginting and the entire family for their unwavering support, prayers, and love. Finally, appreciation goes to my colleagues and closest friends who provided input, advice, and encouragement throughout the completion of this final project.

May this final project be beneficial to those who need it and contribute to the advancement of knowledge.

Bogor, July 2025

Nazwa Maghvira Nasution

TABLE OF CONTENTS

LIST OF TABLES	4
LIST OF FIGURES	4
LIST OF APPENDIXES	5
I INTRODUCTION	1
1.1 Background	1
1.2 Research Questions (Problem Statements)	3
1.3 Research Objectives	3
1.4 Significance of the Study	3
II LITERATURE REVIEW	4
2.1 Taman Wisata Alam Angke Kapuk	4
2.2 Visiting Interest	4
2.3 Sales	5
2.4 Marketing	6
2.5 Social Media	8
2.6 Tourism	9
2.7 Agrotourism	9
2.9 Related Studies	10
2.10 Operational Thinking Framework	11
III METHODOLOGY	13
3.1 Research Location and Time	13
3.2 Data and Data Sources	13
3.3 Sampling Methods	14
3.4 Data Processing and Analysis Techniques	15
3.5 Financial Analysis	19
IV RESULTS AND DISCUSSION	21
4.1 Company Overview	21
4.2 Respondent Characteristics	32
4.3 Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS)	35
4.4 Indicator Correlation Analysis (Discriminant Validity)	38
4.4 Evaluating Reliability and Average Variance Extracted (AVE)	39
4.5 Structural Model Testing (Inner Model)	39
4.6 Hypothesis Testing of Partial Effects	40
4.7 Inner Weights (Direct Effect)	41
4.8 Financial Analysis	42
4.9 Revenue Analysis	46
4.10 R/C Ratio Analysis	47
V CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS	49
5.1 Conclusion	49
5.2 Recommendations	49
REFERENCES	51
APPENDIX	54
BIOGRAPHY	65



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

IPB University

LIST OF TABLES

1	Visitors data for Taman Wisata Angke Kapuk 2019-2024	1
2	Ten Countries with the most TikTok users in the world	2
3	Related studies	10
4	Primary data collection techniques	13
5	Likert scale test	14
6	Decision scale interval	17
7	Research instrument grid	17
8	Respondent based on age	33
9	Respondent based on gender	33
10	Respondent based on occupation	34
11	Respondent based on income level	34
12	Respondent based on area of residence	35
13	Standard criteria of outer model	36
14	Convergent validity	37
15	Discriminant validity (cross loading)	38
16	Composite reliability	39
17	R-square result	39
18	Result for inner weights (direct effect)	41
19	Fixed costs before social media implementation	43
20	Fixed costs after social media implementation	44
21	Variable cost before implementation	45
22	Variable costs after implementation	45
23	R/C ratio analysis	47

LIST OF FIGURES

1	Operational thinking framework	12
2	Taman Wisata Alam Angke Kapuk	21
3	Organizational structure of Taman Wisata Alam Angke Kapuk	22
4	Seed selection process	25
5	Eco bag filling process	25
6	Seedling transplantation process	26
7	Watering process	26
8	The process of transferring planting media to bronjong	27
9	Planting process	27
10	Monitoring stage	28
11	Products at Taman Wisata Alam Angke Kapuk	30
12	Location map of Taman Wisata Alam Angke Kapuk	30
13	Promotional activities carried out by Taman Wisata Alam Angke Kapuk	31
14	Sales process in Taman Wisata Alam Angke Kapuk	32
15	Physical evidence of nursery activities at Taman Wisata Alam Angke Kapuk	32
16	SEM-PLS model	35



17 Bootstrapping model result	40
18 Revenue analysis result	47

LIST OF APPENDIXES

1 Research questionnaire	55
2 Latent variable correlations	57
3 Latent variable covariances	57
4 LV descriptive	58
5 Standard deviation	58
6 HAKI social media Taman Wisata Alam Angke Kapuk	59
7 Content uploaded on TikTok Taman Wisata Alam Angke Kapuk	61
8 TikTok engagement	62
9 Documentation	63