

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA PENGGUNAAN
TIKTOK SEBAGAI ALAT PEMASARAN USAHA MIKRO DAN, KECIL:
STUDI KASUS PULAU BALI**

PROPOSAL SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen**



ELLY KRISTIANI

1181001007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE**

JAKARTA

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Elly Kristiani

NIM : 1181001007

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 November 2022

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Elly Kristiani

NIM : 1181001007

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skirpsi : Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Penggunaan TikTok
Sebagai Alat Pemasaran Usaha Mikro Dan, Kecil: Studi Kasus
Pulau Bali

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS), Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Arief B. Suharko, Ph.D

()

Penguji I : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D.

()

Penguji II : Raden Aryo Febrian, S.M., M.M.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 1 November 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Segala puji Syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Faktor-faktor Yang Berpengaruh Pada Penggunaan TikTok Sebagai Alat Pemasaran Usaha Mikro Dan, Kecil: Studi Kasus Pulau Bali”**. Penulisan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini banyak sekali kesulitan dan hambatan yang penulis temui. Penulis sangat bersyukur dan berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan serta rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.Sc.Eng., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta sabar untuk memberikan bimbingan selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
3. Mas Raden Aryo Febrian, S.M., M.M. dosen pembahas pada seminar proposal dan sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir.
4. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku dosen penguji sidang tugas akhir yang telah memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir.
5. Bapak, mama, seluruh keluarga besar penulis yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan kepada penulis dari awal perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir.

6. Kepada saya sendiri teman terbaik sekaligus *support system* penulis yaitu Elly Kristiani yang selalu melangkah bersama mulai dari awal perkuliahan, hingga akhir.
7. Kepada orang terdekat saya yaitu Laurence Benson, Westny Dj, Farhan, Tiara, Melisa yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama melakukan penelitian tugas akhir.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu penulis ucapkan terima kasih atau doa dan dukungannya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis juga mengharapkan adanya sebuah masukan berupa kritik maupun saran yang bersifat membangun dan berguna demi penyempurnaan tugas akhir ini.

Jakarta, 21 November 2022



Elly Kristiani

BAB 1 HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elly Kristiani
NIM : 1181001007
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

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


Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Penggunaan Tiktok Sebagai Alat Pemasaran Usaha Mikro Dan, Kecil: Studi Kasus Pulau Bali beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie 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 untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Februari 2022

Yang Menyatakan


(Elly Kristiani)

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA PENGGUNAAN
TIKTOK SEBAGAI ALAT PEMASARAN USAHA MIKRO DAN, KECIL:
STUDI KASUS PULAU BALI
Elly Kristiani**

ABSTRAK

TikTok merupakan aplikasi yang telah di gunakan Oleh banyak orang dan Indonesia merupakan negara di posisi peringkat ke-2 di dunia setelah Amerika Serikat yang menggunakan aplikasi ini, karena di mana aplikasi ini biasa di gunakan untuk sarana hiburan dan juga sebagai alat pemasaran digital yang lagi naik daun saat ini. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang berpengaruh pada penggunaan *TikTok* sebagai alat pemasaran usaha mikro dan kecil di wilayah bali berpusat pada Daerah Buleleng, Munduk dan juga badung dengan menggunakan pendekatan *Triangulation* dengan melakukan *Literature Reviews*, *Interviews (expert reviews)*, *Survey (Practitioners)*. Populasi dari Penelitian ini adalah para Usaha Mikro dan Kecil yang berada di wilayah Buleleng-Munduk dan juga Badung yang aktif dengan Usaha yang meraka jalankan saat ini, dengan 6 *Interviews (expert reviews)* dan 6 *Survey (Practitioners)*. Teknik pengambilan Penelitian ini dengan cara Wawancara Semi Terstruktur metode pengumpulan data yang mengandalkan mengajukan pertanyaan dalam kerangka tematik yang telah ditentukan, pertanyaannya tidak diatur dalam urutan atau frasa.

Kata Kunci : Aplikasi *TikTok*, *Triangulation*, Wawancara Semi Terstruktur

***FACTORS INFLUENCING THE USE OF TIKTOK AS A MARKETING TOOL
FOR MICRO AND, SMALL BUSINESS: A CASE STUDY OF THE ISLAND OF
BALI***

Elly Kristiani

ABSTRACT

TikTok is an application that has been used by many people and Indonesia is the 2nd ranked country in the world after the United States that uses this application, because this application is commonly used for entertainment and also as a digital marketing tool which is an up and coming. Therefore this study aims to look at the factors that influence the use of TikTok as a marketing tool for micro and small businesses in the Bali region centered on the Buleleng, Munduk and Badung regions using the Triangulation approach by conducting Literature Reviews, Interviews (expert reviews), Survey (Practitioners). The population of this study are Micro and Small Enterprises in the Buleleng-Munduk area and also Badung who are active with the business they are currently running, with 6 Interviews (expert reviews) and 6 Surveys (Practitioners). Retrieval technique This research uses semi-structured interviews, a data collection method that relies on asking questions within a predetermined thematic framework, the questions are not arranged in sequence or phrases.

Keywords : TikTok Application, Triangulation, Semi Structured Interview

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... ii

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... iii

UNGKAPAN TERIMA KASIH..... iv

ABSTRAK vii

ABSTRACT..... viii

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL..... xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB 1 PENDAHULUAN 1

 1.1 Latar Belakang..... 1

 1.2 Rumusan Masalah 6

 1.3 Tujuan Penelitian..... 6

 1.4 Manfaat Penelitian..... 6

 1.4.1 Manfaat Teoritis 7

 1.4.2 Manfaat Praktis 7

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA 8

 2.1 Tinjauan Pustaka 8

 2.1.1 Aplikasi TikTok 8

 2.1.2 Pemasaran Digital..... 11

 2.1.3 Usaha Mikro dan Kecil di pulau Bali 13

 2.1.4 Definisi Pengetahuan..... 15

 2.2 Landasan Teori 15

 2.2.1 *Knowledge Awareness* (kesadaran pengetahuan) 15

 2.2.1.1 *Acquiring knowledge* (Perolehan pengetahuan)..... 16

 2.3 Penelitian Terdahulu..... 17

 2.4 Kerangka Tahapan Penelitian..... 21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN..... 22

 3.1 Metode Penelitian 22

 3.2 Tempat, Waktu, dan Subjek Penelitian..... 23

 3.3 Obyek Penelitian 23

3.4	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5	Teknik Analisis Data	26
3.5.1	Wawancara Semi Terstruktur	29
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	29
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1	HASIL	31
4.1.1	Hasil Penelitian	31
4.2	Pembahasan	36
4.2.1	Perilaku UMKM.....	38
4.2.1.1	<i>Expert</i>	39
4.2.1.2	<i>Survey</i>	39
4.2.2	Pemanfaatan Pemasaran Digital	39
4.2.3	Perspektif Sosial	40
BAB 5	PENUTUP.....	41
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Saran.....	41
	DAFTAR PUSTAKA	43
	LAMPIRAN WAWANCARA.....	45
A.	Perkenalan Diri	45
B.	Data Umum Responden	45
C.	Pedoman Wawancara Semi Terstruktur.....	45
D.	Wawancara.....	47
	<input type="checkbox"/> <i>Interviews (Expert Review)</i>	47
	<input type="checkbox"/> <i>Survey (Practitioners)</i>	58
E.	Bukti Foto Wawancara	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 "For Your Page" Faktor dan Elemen	11
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel Wawancara 1 Transkrip Wawancara Made Oka Warung & Guesthouse.....	47
Tabel Wawancara 2 Transkrip Wawancara Nailtin.Id.....	49
Tabel Wawancara 3 Transkrip Wawancara Warung Nads	51
Tabel Wawancara 4 Transkrip Wawancara Tatutauinkclub	52
Tabel Wawancara 5 Transkrip Wawancara Lumbung Art Shop	54
Tabel Wawancara 6 Transkrip Wawancara Nails by Nadia	56
Tabel Wawancara 7 Transkrip Wawancara Eco Cafe 2.....	58
Tabel Wawancara 8 Transkrip Wawancara Bulu Waxing Hut.....	59
Tabel Wawancara 9 Transkrip Wawancara Elis Collection	61
Tabel Wawancara 10 Transkrip Wawancara Jahit Kebaya Wayan	62
Tabel Wawancara 11 Transkrip Wawancara Salon Elma.....	63
Tabel Wawancara 12 Transkrip Wawancara Shine Eyelash.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Aplikasi TikTok	9
Gambar 2.2 Halaman For Your Page.....	10
Gambar 2.3 Data Keragaman UMKM di Provinsi Bali Tahun 2021 (1).....	13
Gambar 2.4 Data Keragaman UMKM di Provinsi Bali Tahun 2021 (2).....	14
Gambar 2.5 Kerangka Tahapan Penelitian.....	21
Gambar 3.1 Struktur Triangulation	27
Gambar Lampiran Wawancara 1 Peneliti dengan Pemilik Made Oka warung & Guesthouse	66
Gambar Lampiran Wawancara 2 Peneliti dengan Pemilik Eco Cafe 2	66
Gambar Lampiran Wawancara 3 Peneliti dengan Pemilik Nailtin.Id.....	66
Gambar Lampiran Wawancara 4 Peneliti dengan Pemilik Lumbung Art Shop	67
Gambar Lampiran Wawancara 5 Peneliti dengan Pemilik Tatutauinkclub	67
Gambar Lampiran Wawancara 6 Peneliti dengan Pemilik Bulu Waxing Hut.....	67
Gambar Lampiran Wawancara 7 Peneliti dengan Pemilik Nails by Nadia	67
Gambar Lampiran Wawancara 8 Peneliti dengan Pemilik Jahit Kebaya Wayan	67
Gambar Lampiran Wawancara 9 Peneliti dengan Pemilik Elma Salon.....	67
Gambar Lampiran Wawancara 10 Peneliti dengan Pemilik Warung Nads	67
Gambar Lampiran Wawancara 11 Peneliti dengan Pemilik Elis Collection	67
Gambar Lampiran Wawancara 12 Peneliti dengan Pemilik Shine eyelash	67