

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN
PENJUALAN BUMILINDO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen



Disusun Oleh :

RIVA ARISMA

210400079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2025

***ANALYSIS OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES
THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA ON THE SALES
GROWTH OF BUMILINDO***

AN UNDERGRADUATED THESIS

Submitted in one of fulfillment of the requirements for the Degree of
Management



Compiled By :

RIVA ARISMA

210400079

**DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riva Arisma

NIM : 210400079

Program Studi : Manajemen

Saya menyatakan bahwa skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan seluruh isinya menjadi tanggung jawab pribadi saya. Apabila terdapat kutipan dari karya orang lain, saya telah mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya juga bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini apabila di kemudian hari terbukti melakukan tindakan plagiarisme.

Demikian pernyataan ini dibuat sebenarnya.

Jakarta, 07 Juli 2025



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Riva Arisma
NIM : 210400079
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program : Manajemen
Studi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Perkembangan Penjualan Bumilindo

Tanggal : 7 Agustus 2025

Ujian

Jakarta, 29 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I



Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.

Dosen Pembimbing II



Dr. Guston Sitorus, SE., M.M.

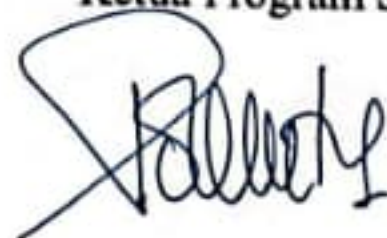
Mengetahui,

Dekan



Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M.

Ketua Program Studi



Dr. Noviarti, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Nama : Riva Arisma
NIM : 210400079
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program : Manajemen
Studi
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Perkembangan Penjualan Bumilindo
Tanggal : 7 Agustus 2025

Ujian

Skripsi tersebut telah diperbaiki sesuai saran dan komentar Tim Penguji sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia.

Ketua Penguji/Pembimbing I

(Yuli Setiawan, S.A.B., M.A.)

Anggota Penguji I



Lucy Nancy Simatupang, S.E., M

Anggota Penguji II



Yuslinda Nasution S.E., M.M

DOSEN PEMBIMBING I

: Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

DOSEN PEMBIMBING II

: Dr. Guston Sitorus, SE., M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran digital melalui TikTok terhadap perkembangan penjualan Bumilindo, distributor resmi Samsung di Indonesia. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Fokus kajian meliputi tiga dimensi strategi TikTok: konten organik, kolaborasi influencer, dan promosi cicilan

Hasil penelitian menunjukkan konten organik yang edukatif meningkatkan brand awareness, kolaborasi influencer memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan, sedangkan promosi cicilan mendorong konversi pembelian. Strategi ini terbukti meningkatkan penjualan hingga 50% serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Kata kunci: strategi pemasaran digital, TikTok, konten organik, kolaborasi influencer, promosi cicilan, penjualan.

ADVISOR I

: Yuli Setiawan, S.A.B., M.A

ADVISOR II

: Dr. Guston Sitorus, SE., M.M

ABSTRACT

This study aims to analyze digital marketing strategies through TikTok on the sales growth of Bumilindo, an official Samsung distributor in Indonesia. The research employed a descriptive qualitative approach using interviews, observations, and documentation. The focus of the study covers three dimensions of TikTok strategy: organic content, influencer collaboration, and installment promotion.

The results show that educational organic content increases brand awareness, influencer collaboration expands reach and builds trust, while installment promotions drive purchase conversion. This strategy has been proven to increase sales by up to 50% and strengthen customer loyalty.

Keywords: *digital marketing strategy, TikTok, organic content, influencer collaboration, installment promotion, sales.*