

Pelatihan Optimalisasi Digital Marketing Menggunakan TikTok Pada UMKM Desa Rawa Panjang

Friska Handayanna¹, Maryanah Safitri², Tri Santoso^{3*}

^{1,2}Fakultas Teknologi Informasi, Informastika, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

³Fakultas Teknologi Informasi, Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: ¹frisma.fha@nusamandiri.ac.id, ²maryanah.msf@nusamandiri.ac.id, ^{3*}tri.tos@nusamandiri.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak – Optimalisasi digital marketing melalui platform TikTok kepada pelaku UMKM di Desa Rawa Panjang. UMKM di desa ini menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk mereka. Dengan berkembangnya penggunaan media sosial, TikTok menjadi salah satu platform yang efektif untuk memasarkan produk kepada audiens yang lebih luas, terutama generasi muda. Pelatihan ini dilakukan dengan metode pelatihan yang mencakup pembuatan konten kreatif, teknik pemasaran yang tepat, dan pemanfaatan fitur TikTok secara maksimal. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian daerah dengan menciptakan lapangan kerja dan memperkuat daya beli masyarakat lokal. Melalui pelatihan ini, UMKM di Desa Rawa Panjang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, menarik lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan omzet penjualan. Hasil dari pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi lokal dengan memberdayakan pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap tren digital marketing.

Kata Kunci: UMKM; Digital Marketing; TikTok

Abstract – Optimizing digital marketing through the TikTok platform for MSMEs in Rawa Panjang Village. MSMEs in this village face challenges in utilizing digital technology to promote their products. With the growing use of social media, TikTok has become an effective platform for marketing products to a wider audience, especially the younger generation. This training is carried out using training methods that include creating creative content, appropriate marketing techniques, and maximizing TikTok features. MSMEs make a significant contribution to the regional economy by creating jobs and strengthening the purchasing power of local communities. Through this training, MSMEs in Rawa Panjang Village can increase the visibility of their products, attract more customers, and increase sales turnover. The results of this training have a positive impact on local economic development by empowering MSMEs to be more adaptive to digital marketing trends.

Keywords: UMKM; Digital Marketing; TikTok

1. PENDAHULUAN

UMKM dalam mengembangkan bisnis dan menjangkau pasar nasional maupun internasional. Dengan menggunakan digital marketing, pelaku UMKM dapat menjangkau calon customer yang lebih luas dan lebih banyak, tidak hanya terbatas pada suatu wilayah promosi saja. Digital marketing dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dibanding pemasaran secara konvensional, sehingga hal ini menjadi pilihan yang solutif untuk ekspansi usaha para pelaku UMKM (Yuliana, Dian, Shinta, & I, 2021).

Desa Rawa Panjang merupakan sebuah desa yang mayoritas penduduknya bergantung pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai sumber pendapatan. Namun, sebagian besar pelaku UMKM di desa ini masih menggunakan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada lingkup lokal dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Media promosi digital menjadi pilihan yang efektif untuk pelaku.

Digital marketing adalah penerapan teknologi digital yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan selain itu mengembangkan pendekatan yang terencana untuk meningkatkan pengetahuan tentang konsumen (terhadap perusahaan, perilaku, nilai dan tingkat loyalitas terhadap merek produknya), kemudian menyatukan komunikasi yang ditargetkan dengan pelayanan online sesuai kebutuhan masing-masing individu atau pelanggan yang spesifik. Singkatnya digital marketing adalah mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital (Jasri, Nadia, Hasanuddin, & Hurriah, 2022).

Secara umum, para pelaku UMKM telah menggunakan sistem promosi digital melalui internet atau media sosial, dan sistem ini terbukti sangat efektif. UMKM di Indonesia juga sudah mulai menggunakan marketplace yang tersedia, seperti Facebook, Shoope, Lazada, dan Tokopedia, serta layanan promosi seperti iklan Instagram, iklan Facebook, dan Tiktok (Nisa & Misidawati, 2024).

Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial seperti TikTok, banyak peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk mereka. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten kreatif dan menarik. Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara memanfaatkan TikTok secara efektif dalam kegiatan pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk membantu pelaku UMKM di Desa Rawa Panjang agar lebih melek digital dan dapat memanfaatkan TikTok untuk optimalisasi pemasaran produk mereka.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh UMKM Desa Rawa Panjang antara lain melakukan Kegiatan pemasaran produk di Tengah Masyarakat yang Membutuhkan dan mengikuti kegiatan-kegiatan lain yang diadakan di wilayah desa rawa panjang.

Sekretariat UMKM Desa Rawa Panjang berada di Kantor Desa Rawa Panjang, Jl. Talang, RT.2/RW.15, Rw. Panjang, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16920. Jarak antara Universitas Nusa Mandiri dengan Sekretariat UMKM Desa Rawa Panjang tersebut adalah 38,9 km.

UMKM ini menghadapi beberapa masalah dalam pelaksanaan kegiatan mereka. Masalah yang sering dihadapi bisa sangat beragam. Berikut beberapa masalah yang dihadapi Kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital: 1) Banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada cara pemasaran konvensional, seperti pemasaran dari mulut ke mulut, dan belum mengenal penggunaan media sosial secara maksimal. 2) Terbatasnya jangkauan pasar: Pemasaran produk yang terbatas pada pasar lokal membuat potensi produk UMKM tidak dapat dijangkau oleh konsumen yang lebih luas. 3) Kurangnya kreativitas dalam pembuatan konten: Pelaku UMKM tidak mengetahui cara membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tren yang ada di platform TikTok, yang dapat meningkatkan engagement dan visibilitas produk.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Tahapan Pelaksanaan

Dalam pengabdian masyarakat ini, menggunakan beberapa metode, yaitu 1) pendekatan terhadap masyarakat, 2) penetapan program, 3) melaksanakan kegiatan 4) evaluasi (Lumendek, et al., 2021).

1. Pendekatan

a. Pembentukan tim kegiatan pengabdian masyarakat

Pembentukan tim, dilakukan untuk mendukung kegiatan pengabdian masyarakat yang akan diselenggarakan pada semester yang akan datang.

b. Perumusan Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat

Saat tim sudah terbentuk, selanjutnya tim akan berdiskusi merumuskan tujuan dari pengabdian yang akan dilaksanakan.

c. Identifikasi dan Analisis Lingkungan Mitra

Tim pelaksana melakukan kunjungan ke mitra terlebih dahulu untuk melakukan analisis mengenai kondisi mitra, peserta yang akan diberi pelatihan.

2. Penetapan Program

a. Pengumpulan dan Analisis Kebutuhan Mitra

Setelah tahapan persiapan pada kunjungan ke mitra, selanjutnya melakukan analisis kebutuhan mitra. Mitra memiliki kebutuhan yang diungkapkan oleh tim. Selanjutnya tim akan mendata dan menganalisis kebutuhan mitra.

b. Penentuan Perioritas Solusi Kebutuhan Mitra

Setelah analisis kebutuhan didapatkan hasilnya, selanjutnya tim menentukan perioritas mana yang memang sangat dibutuhkan oleh mitra untuk mendapatkan solusi kebutuhan mitra. Kebutuhan mitra yaitu bagaimana dapat melakukan pengoperasian sistem digitalisasi dengan memanfaatkan media sosial pada aplikasi TikTok.

c. Penentuan Kebutuhan Anggaran Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat pasti membutuhkan biaya untuk pelaksanaannya. Tim dalam hal ini membuat anggaran pengeluaran untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat.

d. Persiapan Kebutuhan Solusi Kebutuhan Mitra

Tahapan ini tim membuat bahan pengajaran berupa modul ajar dengan muatan materi penggunaan digital marketing Menggunakan TikTok.

3. Pelaksanaan

a. Implementasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, di aula desa rawa panjang dengan target para anggota UMKM desa rawa panjang.

b. Pendampingan Mitra

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, anggota tim yang didukung oleh mahasiswa melakukan pendampingan mitra, supaya lebih efektif dalam pemahaman penggunaan aplikasi TikTok.

4. Evaluasi

a. Monitor dan Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Ketika pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat anggota tim harus melaksanakan monitor kegiatan tersebut, untuk bisa melihat sejauh mana terdapat kesulitan atau kendala yang pada peserta kegiatan pengabdian masyarakat. Tim juga harus melakukan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat untuk melihat sejauh mana keefektifan yang diterima oleh para peserta.

b. Pelaporan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Setiap kegiatan berakhir, tim membuat laporan, yang berisikan aktifitas kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah terlaksana. Isi laporan tersebut meliputi, hasil kegiatan pengabdian masyarakat, hasil evaluasi kegiatan, dan laporan penggunaan dana kegiatan pengabdian masyarakat.

2.2. Bentuk Kegiatan

Bentuk kegiatan yang dilakukan dalam Pengabdian Masyarakat ini adalah (Rasmuin, et al., 2023):

1. Survei lokasi

Dalam survei ini tim berhasil mendapatkan beberapa informasi, untuk latar belakang didirikannya UMKM Desa Rawa Panjang. Dan latar belakang dari didirikannya UMKM Desa Rawa Panjang.

2. Evaluasi

Setelah melakukan survei, tim melakukan evaluasi pada kedua UMKM tersebut. Keduanya memiliki hambatan yang sama, yakni kurangnya pemasaran produk melalui media online.

Hambatan tersebut dikarenakan para pegawai kedua UMKM sebagian besar sudah berumur sehingga kurangnya pemahaman terhadap dunia digital.

3. Solusi

Melalui hambatan yang dilakukan, tim sepakat memberikan solusi dengan membantu pemasaran produk kedua UMKM tersebut, khususnya di media online. Saat ini, salah satu media sosial yang memiliki potensi tinggi dalam memasarkan produk yakni aplikasi Tiktok. Aplikasi Tiktok sendiri memiliki jangkauan yang luas, mulai dari anak-anak, remaja, bahkan tidak sedikit juga orang tua yang menggunakan aplikasi tersebut. Pemasaran yang dapat dilakukan pada aplikasi tersebut yakni dengan membuat vidio yang diedit semenarik mungkin diiringi dengan sound terkini yang kemudian disebarluaskan dan dapat diakses pengguna lainnya di belahan dunia. Teknik yang digunakan dalam menyampaikan materi Pengabdian Masyarakat dalah menjelaskan materi dengan menggunakan alat bantu multimedia berupa laptop dengan aplikasi TikTok, Google Playstore untuk mengunduh aplikasi, modul, posttest dan pretest.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dimaksud berupa tahap pelatihan yaitu penyampaian materi oleh narasumber disertai dengan contoh-contoh cara memasarkan produk dengan menggunakan aplikasi Tiktok. Ringkasan materi yang diberikan oleh narasumber meliputi tinjauan umum tentang penggunaan aplikasi Tiktok. Materi ini berisi banyak hal terkait cara memasarkan produk yang baik dan benar, selanjutnya penjelasan mengenai definisi aplikasi Tiktok, manfaat aplikasi Tiktok, nilai-nilai yang didapat dengan melakukan pemasaran produk dengan menggunakan aplikasi Tiktok.



Gambar 1. Penyampaian materi oleh narasumber

Narasumber menyampaikan materi menggunakan Power Point dan uji praktek dengan menggunakan aplikasi Tiktok. Peserta mendengarkan penjelasan narasumber yang kemudian mengerjakan latihan dan melakukan tanya jawab, baik itu dengan narasumber maupun dengan sesama peserta dalam bentuk diskusi kelompok.



Gambar 2. Peserta mengerjakan latihan

Peran serta peserta pelatihan sangat baik, ini terlihat dari interaksi dalam diskusi yang berjalan baik, lancar dan bersemangat dalam menjelaskan manfaat yang dirasakan oleh mitra setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan. Berdasarkan pengamatan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat berlangsung, diperoleh beberapa hasil yang positif diantaranya adalah:

- Para anggota UMKM desa rawa panjang menunjukkan perhatian yang sangat tinggi terhadap materi pengabdian yang disampaikan oleh narasumber.
- Para anggota UMKM desa rawa panjang menunjukkan reaksi yang positif terhadap cara menerapkan aplikasi Tiktok.
- Para anggota UMKM desa rawa panjang terlihat kompak dan menjalin kerjasama yang cukup baik dalam latihan tentang penerapan penggunaan aplikasi Tiktok.



Gambar 3. Foto bersama Anggota UMKM Desa Rawa Panjang

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pelatihan pembuatan undangan rapat digital bagi anggota UMKM desa rawa panjang dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar dan dihadiri oleh 15 orang anggota UMKM Desa Rawa Panjang bersama dengan dosen dan mahasiswa dari fakultas Teknologi Informasi.

- b. Setelah mengikuti pengabdian masyarakat, peserta yang merupakan anggota UMKM mempunyai keterampilan untuk membuat konten kreatif dan menarik di TikTok yang dapat meningkatkan daya tarik produk mereka.

REFERENCES

- Jasri, J., Nadia, A., Hasanuddin, H., & Hurriah, A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Sharia Economics Research*, 212-224.
- Lumendek, D., Fadhila, A., Kurniawan, O., Basuki, J., Pratama, Y., & Purnomo, D. (2021). Pendampingan Masyarakat dalam Meningkatkan UMKM dan Pembenahan Sarana Adminisratif Rumah Dataku di Kampung Keluarga Berkualitas (KB) ‘Melati’ Kelurahan Blotongan Kota Salatiga. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 460–473.
- Nisa, A., & Misidawati, D. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di Indonesia. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 184–190.
- Rasmuin, R., Midza, U., Hasanah, W., Rismawati, M., Royan, A., & Nugraha, A. (2023). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pemasaran Umkm Di Desa Babadan, Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. *Epmas: Edukasi dan Pengabdian Masyarakat*, 019-026.
- Yuliana, S., Dian, R., Shinta, T., & I, R. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Pemasaran Produk Para Pelaku Umkm Di Desa Paguyuban Kecamatan Way Lima Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Sakai Sambayan*, 213—221.