

PELATIHAN DIGITAL MARKETING MEMANFAATKAN APLIKASI TIKTOK DAN SHOPPE UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM TRIFTING DI DESA MUKTIWARI KEC. CIBITUNG

Etty Zuliawati Zed¹, Rani Ronita Sinambela², M.Abdul Rohman Rifki Aftoni³, Rafael Threo Putra Limbong⁴, Dennis Nugroho⁵

Universitas Pelita Bangsa

e-mail: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, ranisina373@gmail.com², rifkiaftoni01@gmail.com³, rafaellimbong938@gmail.com⁴, dennis.nugroho098@gmail.com⁵

Abstrak – Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Melalui pelatihan digital marketing, program ini akan membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk meraih kesuksesan di dunia digital. Pelatihan ini akan berfokus pada peningkatan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk mencapai hasil maksimal dalam pemasaran. Program ini menggunakan metode pelatihan langsung dengan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM di Desa Muktiwari Di Kecamatan Cibitung . Pelatihan ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka di era digital. Selain itu, pelatihan juga mendorong peningkatan kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap UMKM di Desa Muktiwari Di Kecamatan Cibitung dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Meningkatkan Daya Saing UMKM, Pelatihan Digital Marketing.

Abstract – This community service program aims to enhance the competitiveness of Small and Medium Enterprises (SMEs) in the digital era. Through digital marketing training, this program will equip SME actors with the knowledge and skills needed to achieve success in the digital world. This training will focus on improving the ability of SMEs to utilize digital platforms to achieve maximum results in marketing. This program uses a direct training method with materials tailored to the needs and characteristics of SMEs in Desa Muktiwari, Cibitung District. This training successfully increased the knowledge and skills of SME actors in utilizing digital platforms for marketing. This is expected to increase their competitiveness in the digital era. In addition, the training also encourages an increase in self-confidence and motivation among SME actors in developing their businesses digitally. This program is expected to have a positive impact on SMEs in Desa Muktiwari, Cibitung District and contribute to economic growth in the area.

Keywords: Enhancing SME Competitiveness, Digital Marketing Training.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Perubahan ini menghadirkan peluang baru bagi para pelaku bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif. Di era digital yang berkembang pesat, strategi pemasaran telah mengalami perubahan yang signifikan. Kemajuan teknologi, khususnya di bidang internet, telah sangat berguna dalam memudahkan aktivitas masyarakat. (DhawaFest Pesona 2023, n.d.) . Beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing produk:

1. Prioritaskan Kualitas Produk dan Layanan

Kualitas produk dan layanan menjadi kunci utama untuk membangun reputasi positif

bagi bisnis Anda. Pastikan produk atau layanan yang Anda tawarkan memiliki standar kualitas yang tinggi, karena kepuasan pelanggan merupakan aset berharga yang dapat meningkatkan loyalitas dan mendorong rekomendasi bisnis Anda kepada orang lain.

2. Manfaatkan Kekuatan Teknologi dan Digitalisasi

Teknologi telah membuka pintu bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing. Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti sistem manajemen inventaris atau platform pemasaran digital. Dengan hadir secara online, Anda dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dan memperluas pasar.

3. Berinovasi secara Berkelanjutan

Inovasi adalah kunci untuk tetap relevan dalam pasar yang terus berubah. Selalu cari peluang untuk berinovasi dalam produk, layanan, atau proses bisnis Anda. Dengarkan umpan balik dari pelanggan dan beradaptasi dengan perubahan tren pasar.

Secara umum, UKM (Usaha Kecil Menengah) merujuk pada jenis usaha yang didirikan oleh pribadi dan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (tanpa menghitung tanah dan bangunan) *The American Heritage Dictionary* (n.d.). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. UMKM mampu memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan berkontribusi pada stabilitas ekonomi nasional. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha. Usaha ini bukan anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian (baik langsung maupun tidak langsung) dari Usaha Kecil atau Usaha Besar. Batasan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan untuk dikategorikan sebagai Usaha Menengah diatur dalam Undang-Undang.

Kita juga perlu mengetahui seperti apa kinerja umkm, Menurut Mutegi (2015) kinerja UMKM adalah hasil kerja yang dicapai oleh individu dalam menjalankan peran atau tugasnya di perusahaan dalam periode tertentu. Kinerja ini diukur berdasarkan standar atau nilai tertentu yang berlaku di perusahaan tersebut. Kinerja UMKM menjadi target penting bagi manajemen keuangan, karena bertujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik sekaligus meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Chole dan Dharmik (2018) beberapa media yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan digital marketing meliputi handphone, media sosial, dan e-marketing. Media sosial bukan pengganti media tradisional, melainkan pelengkap yang meningkatkan efektivitasnya. Penting untuk menentukan hasil yang diharapkan atau diinginkan dari penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Hal ini membantu merumuskan strategi yang efektif dan praktis yang memenuhi tujuan pemasaran. Dengan memahami kemampuan media sosial (origin), pemasar dapat mengembangkan taktik pemasaran yang sesuai dengan tujuan pemasaran. Aksesibilitas media sosial dari handphone atau smartphone, selain komputer, memungkinkan pengguna untuk mengaksesnya kapan saja dan di mana saja.

Seperti yang kita ketahui aplikasi tiktok adalah Salah satu aplikasi hiburan, akan tetapi sekarang ini kita dapat memanfaatkan platform tersebut menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan penjualan dan penghasilan. Menurut Sa'adah (2022) TikTok merupakan platform e-commerce yang dapat dikategorikan sebagai sistem informasi bisnis. Hal ini karena penjualan dilakukan melalui media elektronik yang menyediakan informasi spesifik tentang jual beli atau bisnis. Ada beberapa keuntungan berjalan di TikTok Shop:

1. Kemudahan Berbelanja di Platform Sosial Media: TikTok Shop mengintegrasikan platform media sosial dengan e-commerce, sehingga pengguna dapat menemukan dan membeli produk yang mereka minati tanpa harus meninggalkan aplikasi. Ini

memudahkan proses berbelanja dan meningkatkan pengalaman pengguna.

2. Memperluas Jangkauan Pasar: TikTok memiliki basis pengguna yang besar, sehingga TikTok Shop menawarkan peluang bagi para penjual untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan meningkatkan potensi penjualan.

Dan ada beberapa strategi pemasaran yang dapat dilakukan di platform tittok :

1. Tiktok live

TikTok Live memiliki potensi besar sebagai alat pemasaran, memungkinkan pengusaha untuk menjual produk dengan cara berkomunikasi langsung dengan pembeli secara real-time, seperti tatap muka. Namun, dalam pemasaran digital, ada beberapa hal yang harus diperhatikan karena pembeli tidak memiliki akses langsung untuk memeriksa kondisi asli produk. Salsabila et al. (2024)

2. Konten yang menarik dan kreatif

Konten kreatif dan menarik di TikTok dapat berdampak besar pada tingkat keterlibatan dan jumlah penonton. Dengan menerapkan strategi yang tepat, seperti menciptakan konten yang relevan dengan target audiens, memanfaatkan tren populer, dan berkolaborasi dengan influencer, bisnis dapat meningkatkan visibilitas dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui TikTok Amalia Putri Sangadji et al. (2024)

Selain aplikasi tiktok, shoope dapat di gunakan oleh pelaku umkm dalam meningkatkan penjualan. Shopee, merupakan aplikasi mobile commerce berbasis marketplace, merupakan platform belanja online yang fokus pada platform mobile, sehingga pengguna dapat dengan mudah mencari, berbelanja, dan berjualan langsung melalui ponsel mereka. Diluncurkan pada awal 2015 di Asia Tenggara, termasuk Singapura, Malaysia, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Taiwan, Shopee menawarkan berbagai macam produk, metode pembayaran yang aman, layanan pengiriman terintegrasi, dan fitur sosial inovatif untuk menjadikan pengalaman jual beli lebih menyenangkan, aman, dan praktis. Fitria & Nawawi (2023).

Shoope juga memiliki fitur dan program yang menarik sehingga banyak yang menggunakan platform tersebut :

1. Shoope live dan shoope video

Shopee Live dan Shopee Video memungkinkan Anda untuk membangun hubungan yang lebih erat dengan pembeli dan pengikut toko, sekaligus meningkatkan penjualan Anda.

- a) Shoope live: membuat sesi live streaming di mana para pelanggan dapat melakukan review produk sambil berinteraksi secara langsung dengan penonton sekaligus mempromosikan toko dan produk anda kepada pembeli
- b) Shoope video : membuat berbagai konten dengan sesama pengguna shoope melalui video pendek yang dapat anda gunakan untuk menarik pembeli

2. Program Afiliasi penjual dan affiliate marketing

Anda juga dapat bergabung dengan beberapa program Shopee yang dapat membantu mengembangkan bisnis Anda, seperti Program Afiliasi Penjual dan Affiliate Marketing Solution.

- a) Program Afiliasi penjual :memberikan keuntungan khusus berupa promosi tambahan hingga 20% dengan maks. Nominal Rp 10.000 untuk setiap pesanan yang di buat melalui link khusus toko & link produk penjualan yang di bagikan di media sosial toko
- b) Affiliate Marketing solution: platform khusus bagi penjual untuk berkolaborasi dengan mitra yang ber afiliasi dengan shoope saat ini Shopee (2024)

Digital Marketing adalah strategi pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif, dengan memanfaatkan teknologi digital. Tujuan utamanya adalah

untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi konsumen, dan meningkatkan trafik penjualan melalui berbagai teknik pemasaran digital. Andy et al. (n.d.).

UMKM trifting yang berada di desa muktiwari kec. Cibitung ini masih memasarkan usahanya dengan secara langsung akan tetapi pelaku usaha tersebut sesekali mempromosikannya dengan menggunakan aplikasi whatsapp, tetapi kita juga dapat mengetahui bahwa aplikasi whatsapp sangat terbatas tidak semua dapat mengakses seperti aplikasi tiktok dan shopee, di aplikasi whatsapp hanya orang-orang yang kita kenal atau orang-orang yang saling menyimpan nomor telepon saja yang bisa melihat instalstory kita. Maka dari itu ini adalah salah satu kesulitan dalam memasarkan produk yang luas dan bersaing dengan UMKM lainnya.

Maka dari itu, anggota pelaksana termotivasi untuk menyelenggarakan pelatihan digital marketing untuk mendukung UMKM Trifting yang berada di desa muktiwari kec. Cibitung. Pelatihan ini bertujuan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan dalam pemanfaatan digital marketing dengan menggunakan aplikasi tiktok dan shopee. Pelatihan dan pendampingan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha trifting di desa muktiwari kec. Cibitung.

METODE PENELITIAN

Ada beberapa tahap kegiatan dengan metode yang berbeda dalam upaya mengembangkan usaha dalam meningkatkan daya saing usaha berbasis teknologi seperti tiktok dan shopee pada UMKM di desa muktiwari kec. Cibitung melalui pelatihan ini secara garis besar terdapat beberapa tahap yang dilakukan seperti berikut :

Tahap Wawancara

1. Menganalisis Kebutuhan: Tim pengabdian masyarakat melakukan wawancara dengan pelaku usaha UMKM trifting untuk memahami kebutuhan dan kendala mereka dalam pemasaran digital
2. Merancang materi pelatihan: Materi pelatihan dirancang berdasarkan kebutuhan yang diidentifikasi dari pemilik UMKM Trifting yang disesuaikan dengan platform tiktok dan shopee

Materi Meliputi :

- a. Dasar-dasar strategi pemasaran : Materi ini membahas pengertian, pentingnya, dan berbagai strategi dalam pemasaran digital.
- b. Strategi pemasaran di aplikasi tiktok dan shopee: Materi ini mengajarkan cara meningkatkan penjualan dan pemasaran yang luas agar dapat bersaing dengan pelaku usaha UMKM yang lain
- c. Strategi media sosial : Materi ini menjelaskan cara pemanfaatan fitur-fitur yang menarik dalam aplikasi tiktok dan shopee
- d. Eksplorasi data dan validasi : eksplorasi data untuk mengukur keberhasilan validasi digital marketing

Proses pelaksanaan

1. Pelatihan Secara langsung: : Pelaku usaha diajak secara langsung mempraktikkan penggunaan media sosial marketing seperti aplikasi tiktok dan shopee dalam memasarkan produk
2. Mentoring : Pelaku UMKM menerima pendampingan dari anggota pelaksana, baik selama maupun setelah pelatihan, melalui konsultasi online dan offline untuk membantu mereka mengatasi tantangan dan menerapkan strategi digital marketing yang efektif

Tahap evaluasi

1. Evaluasi program dilakukan untuk mengukur efektivitasnya, dengan fokus pada tanggapan pelaku usaha, rencana tindak lanjut mereka, dan harapan mereka untuk pengembangan program di masa depan. Selain itu, evaluasi juga bertujuan untuk menilai kesesuaian antara hasil identifikasi awal penggunaan media pemasaran dengan materi pelatihan yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM Trifting di Desa Muktiwari dalam memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, khususnya TikTok dan Shopee. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital.

Hasil:

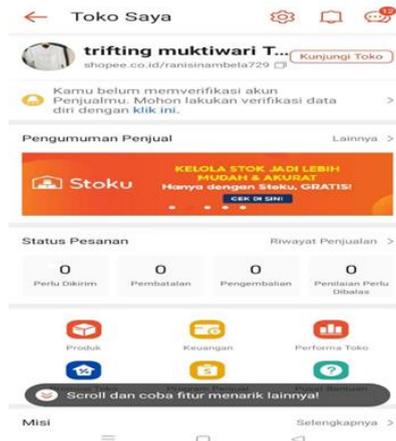
1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM Trifting dalam memanfaatkan aplikasi TikTok dan Shopee untuk keperluan digital marketing.
2. Peningkatan Daya Saing: Strategi pemasaran digital yang efektif yang diajarkan dalam pelatihan diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM Trifting di Desa Muktiwari.
3. Peningkatan Motivasi dan Kepercayaan Diri: Program ini mendorong peningkatan kepercayaan diri dan motivasi para pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka secara digital.

Pembahasan:

1. Pentingnya Digital Marketing: Program ini menekankan pentingnya digital marketing bagi UMKM di era digital. Pelatihan ini memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan platform TikTok dan Shopee.
2. Pemanfaatan Platform TikTok dan Shopee: Pelatihan fokus pada platform TikTok dan Shopee karena kedua platform ini memiliki potensi besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.
3. Metode Pelatihan yang Efektif: Metode pelatihan langsung dengan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM di Desa Muktiwari terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM.
4. Pentingnya Mentoring: Mentoring yang diberikan baik selama maupun setelah pelatihan membantu para pelaku UMKM mengatasi tantangan dan menerapkan strategi digital marketing yang efektif.

Dampak Positif:

1. Peningkatan Penjualan: Dengan menerapkan strategi digital marketing yang efektif, para pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan mereka.
2. Pengembangan Bisnis: Program ini mendorong para pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka secara digital, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka.
3. Pemberdayaan Masyarakat: Program ini membantu memberdayakan masyarakat di Desa Muktiwari dengan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam bidang digital marketing.
4. Pertumbuhan Ekonomi: Program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap UMKM di Desa Muktiwari dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut



Gambar 1. Digital marketing apk shoppe



Gambar 2. Memasarkan produk dengan cara live tiktok



Gambar 3. Pembuatan video pendek

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM Trifling di Desa Muktiwari dalam memanfaatkan platform digital TikTok dan Shopee untuk memasarkan produk mereka. Pelatihan ini menekankan pentingnya strategi pemasaran digital di era modern, khususnya penggunaan platform TikTok dan Shopee. Metode pelatihan langsung yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik UMKM di Desa Muktiwari terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka.

Dukungan dan bimbingan yang diberikan selama dan setelah pelatihan membantu para pelaku UMKM mengatasi tantangan dan menerapkan strategi digital marketing yang efektif. Program ini diharapkan dapat memberikan dampak positif pada UMKM di Desa Muktiwari dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Putri Sangadji, F., Cahya Syah Fitri, A., Anzelia Sitanggang, D., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PLATFORM UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4, Issue 1). https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Andy, P. :, Wati, P., Martha, J. A., Indrawati, A., Artha, N., Layout, F., & Wildan Fajar, : M. (n.d.). *Digital Marketing*.
- Chole dan Dharmik. (2018). : TRANSFORMASI DIGITALISASI PEMASARAN BAGI PARA PELAKU USAHA UMKM.
- DhawaFest Pesona 2023. (n.d.). DhawaFest Pesona 2023.
- Fitria, L., & Nawawi, Z. M. (2023). PENGARUH PEMANFAATAN APLIKASI SHOPEE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HYUNBINA COLLECTION. 3(1).
- Mutegi, N. and O. (2015),. (2015). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
- Sa'adah. (2022). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497–506. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865>
- Salsabila, A., Novaria Misidawati, D., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2024). PEMANFATAAN TIKTOK LIVE SEBAGAI SARANA STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM GALAXY PICTURE (Vol. 3, Issue 1).
- Shopee. (2024). *Mengenal Fitur dan Program Shopee*.
- The American Heritage Dictionary, wirausahawan (entrepreneur). (n.d.). 6. BAB II.