



Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Menggunakan Konten Dalam Aplikasi Tiktok Untuk Memasarkan Produk UKM Kerupuk Kamang

Andria Ningsih¹, Dona Amelia², Delfi Hurnis³

Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi, Jl. Ahmad Yani No.79 Bukittinggi, Sumatera Barat

Email : andria.ningsih@itbhas.ac.id

Abstrak

Dewasa ini penggunaan Marketing Digital dalam memasarkan produk sudah menjadi hal wajib bagi setiap pengusaha. Diperlukan penerapan strategi Digital marketing untuk para wirausaha terutama bagi KWT UP3HP Indah Sari agar bisa menciptakan produk yang lebih berkualitas sesuai keinginan dan permintaan konsumen tetapi tidak melupakan ciri khas produk KWT UP3HP Indah Sari. Mengingat pentingnya strategi digital marketing terhadap wirausaha maka perlu upaya pendampingan untuk bisa bertahan dan bersaing dengan UKM makanan lain dalam memasarkan produknya. Masalah yang dihadapi oleh KWT UP3HP Indah Sari ini adalah lemahnya pemasaran digital untuk peningkatan penjualan produk, terutama dalam penyajian produk yang masih sederhana, serta masih belum memahami bagaimana cara mempromosikan produknya dengan konten digital marketing. Sasaran dalam pengabdian ini adalah memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang strategi digital marketing serta penyuluhan dan pelatihan tentang promosi secara digital dengan pembuatan Konten Niaga untuk promosi wirausaha secara online dengan menggunakan media social dengan Aplikasi TIKTOK. Berdasarkan hasil pengamatan dan evaluasi terlihat anggota KWT UP3HP Indah Sari mengikuti pelatihan sangat antusias sekali. Pengabdian ini dilaksanakan pada hari minggu pada tanggal 12 Mei 2022 dengan jumlah anggota 30 orang.

Kata Kunci : Digital Marketing, konten, TikTok, UKM KWT UP3HP Indah Sari.

1. Pendahuluan

Upaya peningkatan pemasaran produk dengan menambah variasi rasa dan bentuk kemasan produk, terlebih pada peningkatan kreatifitas pelaku KWT UP3HP Indah Sari dalam memasarkan produknya. Saat ini KWT UP3HP Indah Sari ingin memperluas jaringan pemasarannya dan menjangkau semua sektor konsumen yang ada. Keinginan ini dapat tercapai dengan memanfaatkan digital marketing, karena sampai saat ini sistem pemasaran yang diterapkan belum mampu menjangkau seluruh segmen masyarakat khususnya untuk daerah Agam dan sekitarnya. Masalah yang dihadapi oleh KWT UP3HP Indah Sari ini adalah lemahnya pemasaran digital untuk peningkatan penjualan produk, terutama dalam penyajian produk yang masih sederhana, serta masih belum memahami bagaimana cara mempromosikan produknya dengan konten digital marketing. Dari sisi produk yang dihasilkan, rasa yang ditawarkan sudah cukup beragam, namun tetap terkendala dalam hal pengenalan produk kepada pasar. Menimbang hal tersebut, penyuluhan dan pelatihan ini dilakukan secara edukatif yang mana rangkaian kegiatan dilakukan secara sistematis, terencana dan juga terarah dengan keikutsertaan semua individu kelompok KWT UP3HP Indah Sari untuk mengatasi hambatan dalam usahanya tersebut. Dari segi teknik, bahasa,

dan sarana yang digunakan harus disesuaikan dengan daya nalar individu kelompok KWT UP3HP Indah Sari sebagai peserta penyuluhan, yang jika dilihat dari segi pendidikan dan pola pikirnya butuh teknik komunikasi yang dapat menarik perhatian masyarakat atau individu kelompok KWT UP3HP Indah Sari tersebut agar penyuluhan tentang strategi digital marketing dan pelatihan yang dilaksanakan bisa menambah pengetahuan tentang bagaimana proses pembuatan media Promosi digital dengan media social yaitu membuat aplikasi konten untuk KWT UP3HP Indah Sari dengan aplikasi TikTok di handphone masing masing anggota kelompok.

1.1 Tujuan Kegiatan

Untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada anggota yang masih minim menggunakan digital marketing untuk memasarkan produk seperti :

1. Rendahnya pengetahuan tentang strategi digital marketing dengan konten TikTok pada KWT UP3HP Indah Sari
2. Kurangnya kreatifitas dan pemahaman anggota mengenai pembuatan konten digital agar bisa menjangkau konsumen lebih banyak pada KWT UP3HP Indah Sari
3. Belum digunakannya media sosial untuk marketing oleh KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia, Kec. Magek, Kab. Agam

1.2 Manfaat Kegiatan

Peningkatan pengetahuan, keterampilan dan kreatifitas potensi individu dan kelompok dalam strategi digital marketing bagi KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia, Kec. Magek, Kab. Agam. sehingga dapat meningkatkan pemahaman, motivasi, kreatifitas para pekerja. Dan juga bisa dengan memodifikasinya dengan rasa yang lebih digemari masyarakat saat ini, namun tetap tidak meninggalkan ciri khas dari kerupuk kamang tersebut. Memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pembuatan media promosi dengan media social yaitu pembuatan konten sebagai media promosi dengan mendownload aplikasi TikTok menggunakan handphone dan Pendampingan selama proses pengabdian

1.3 Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat

Target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah Bagi peserta kelompok KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia, Kec. Magek, Kab. Agam. Mampu membuat dan memasarkan produknya dengan menggunakan media online salah satunya membuat konten sebagai alat promosi dengan media social TikTok. KWT UP3HP Indah Sari menerapkan strategi digital marketing dalam usaha pembuatan produk bordirnya. Dan mejadi produk yang unggul dan berdaya saing dalam dunia perekonomian dan usaha bisnis marketing digital saat ini.

2. Realisasi Kegiatan

2.1 Bentuk Kegiatan & Jadwal, serta Tempat Penelitian

a. Metode pelaksanaan kegiatan

Metode kegiatan yang akan dilakukan demi tercapainya tujuan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi: Penyampaian materi : berupa penyampaian materi tentang strategi digital marketing secara digital untuk memasarkan produk UKM Kerupuk Kamang, serta pembuatan konten sebagai media promosi untuk media social (market place), terdiri dari pesan (verbal dan nonverbal), yaitu bentuk informasi atau penjelasan yang disampaikan kepada peserta penyuluhan tentang pembuatan konten sebagai media promosi untuk online. Praktek langsung pembuatan konten mendownload aplikasi TikTok dengan handphone. Media penyuluhan : terdiri dari: laptop, handphone, foto, alamat, gambar atau *slide*, yaitu media pembuatan konten dengan aplikasi TikTok Postest: berupa kuesioner yang diberikan setelah kegiatan penyuluhan selesai.

b. Waktu Efektif Pelaksanaan Kegiatan

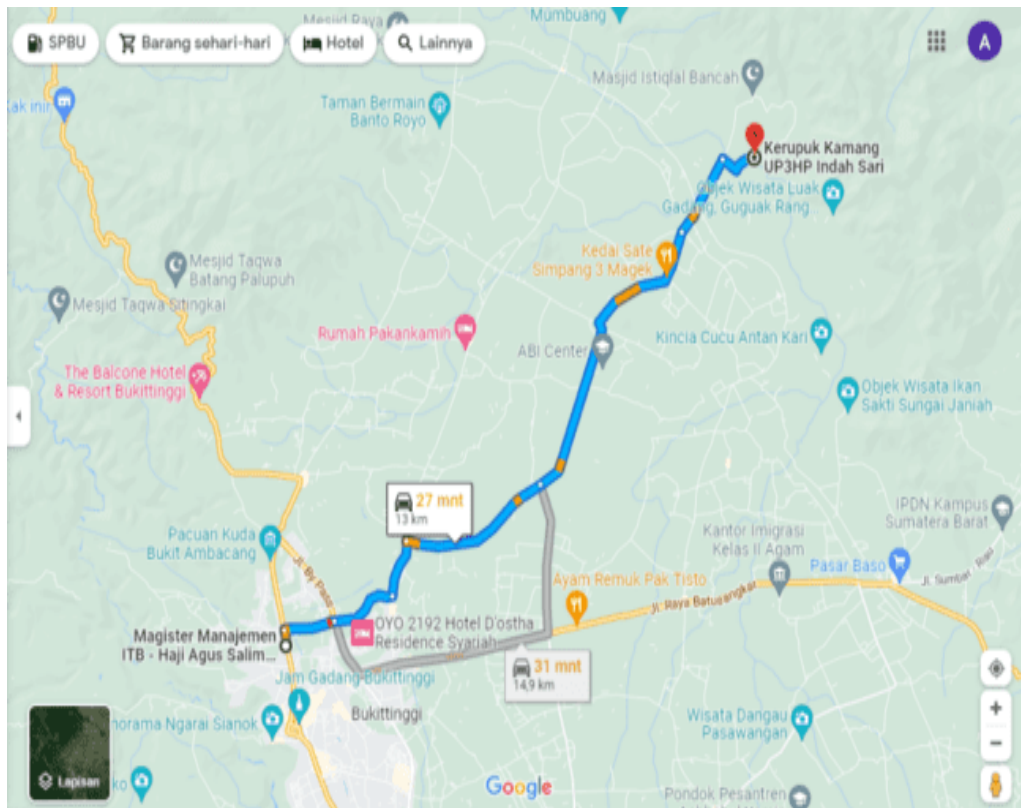
Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 12 Mei 2022 dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan materi dan waktu yang disampaikan selama pelatihan

| No | Kegiatan dan Jenis Materi yang diberikan | Jam/menit |
|----|---|-----------|
| 1 | - Ceramah dari pemateri tentang motivasi | 1 |
| 2 | - Ceramah dan diskusi Penerapan strategi digital marketing untuk pelaku usaha. | 1 |
| 3 | - Ceramah dan diskusi tentang pelatihan pembuatan promosi untuk media social yaitu membuat konten dengan menggunakan handphone. - Praktek dan teknik cara mendownload aplikasi TikTok dengan menggunakan handphone | 30 30 |

c. Tempat Kegiatan

Tempat kegiatan pelaksanaan pengabdian ini pada KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia, Kec. Magek, Kab. Agam .Sumatera Barat.





2.2 TIM Pelaksana Pengabdian dan TUPOKSI serta (Jam dan hari)

a. Susunan TIM Pengabdian

Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Menggunakan Konten Dalam Aplikasi Tiktok Untuk Memasarkan Produk UKM Kerupuk Kamang (Andria Ningsih, dkk)

Tabel 2. Susunan Tim Pelaksana Kegiatan

| No | Nama | Unit Kerja /bidang ilmu | Tugas dalam Kegiatan. Dosen/ Mahasiswa |
|----|-------------------------|---|---|
| 1 | Andria Ningsih, SE.MM | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi (Manajemen) | 1. Ketua 2. Penanggung jawab pelatihan. 3. Penanggung jawab Pendampingan 4. Materi Digital Marketing |
| 2. | Dona Amelia, SE., M.Si. | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi | 1. Materi Motivasi |
| 3. | Delfi Humis, SE., MM | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi | 1. Materi Promosi |
| 4. | Eka Hendrayani, SE., MM | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi | 1. Materi Konten dan Pelatihan membuat akun diaplikasi tiktok menggunakan Handphone |
| 5 | Muhammad Nazif, SE., MM | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi | 1. Materi Tentang Media Sosial Dan Pelatihan Membuat video |
| 6 | Rahmad, SE., MM | Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi | 1. Materi Tentang Media Sosial Dan Pelatihan Membuat video |

2.3 Ringkasan Materi

- a. Digital marketing adalah

Digital marketing merupakan pemasaran dengan menggunakan penerapan teknologi secara digital. Salah satu bentuk marketing digital dengan menggunakan media elektronik atau internet adalah internet marketing (e-marketing). Memasarkan produk untuk UKM ini kami tim menggunakan handphone untuk pemula dalam melakukan kegiatannya.

b. Pembuatan konten di aplikasi tiktok

Pembuatan konten keaplikasi TikTok untuk pemula dan dapat dipromosikan langsung ke media sosial, langkah nya seperti : Untuk menyiapkan akun TikTok: Unduh TikTok dari Google Play atau App Store, Buka aplikasi, Ketuk Profil di kanan bawah, Pilih metode untuk mendaftar dan pastikan email dan nomor telepon Anda valid karena diperlukan untuk masuk dan pemulihan kata sandi. kemudian buka aplikasi tersebut. Klik ikon **ClapperBoard** dan buatlah proyek baru di Kinemaster. pilihan rasio 9:16 untuk video anda. Setelah masuk ke dalam halaman editing, anda bisa menambahkan foto yang anda inginkan dengan menekan tombol **Media**. Jika anda merasa urutan gambar anda sudah pas, anda bisa menyimpan hasil video anda. Selanjutnya menambakantulisan pada video anda bisa langsung melakukan di aplikasi [Tiktok](#) . Maka dari itu bukalah aplikasiTiktok anda. Klik ikon **+** di bawah tengah layar anda. pilih video yang telah anda edit sebelumnya. Selanjutnya anda bisa menekan simbol **Aa** dan setelahnya anda bisa menambahkan bebas tulisan dalam video anda. Atur durasi dan tekanlah tulisan **berikutnya**. Jika dirasa video anda sudah optimal, anda bisa langsung memposting di akun Tiktok anda.

2.4 Masyarakat Sasaran

Seluruh anggota kelompok KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia, Kec. Magek, Kab. Agam .Sumatera Barat.

3. Tinjauan Hasil Yang Dicapai

Dari 5 materi penyuluhan dan pelatihan yang diberikan terlihat bahwa ada beberapa materi baru yang belum pernah didapatkan sebelumnya oleh para peserta pelatihan diantaranya Melihat Adakah kreatifitas peserta dalam menghasikan kualitas dan mutu produk dan dijual sudah sesuai permintaan konsumen sekarang ini serta menggunakan strategi digital marketing , Dalam memasarkan produknya sudah melakukan atau menggunakan IT seperti : computer, hp, gabung dengan market place atau media social dan Pengenalan dan pelatihan untuk promosi digital dengan menggunakan media social yaitu dengan membuat konten sebagai media promosi, hal ini terlihat dari pertanyaan pretest sebelum dilakukannya pemberian materi tingkat keberhasilan menjawab pertanyaan 0 %, tetapi setelah dilakukan posttest terlihat tingkat keberhasilan menjawab pertanyaan mencapai 80%, hal ini menandakan adanya pemahaman dengan materi baru yang telah diberikan. Kemudian untuk materi yang lain dari pertanyaan pre test tingkat pemahamannya sudah mencapai 20% yang menandakan bahwa para peserta ada sebagian besar sudah tahu dan mengenal materi yang diberikan. Penilaian langsung terhadap daya serap peserta terhadap materi yang diberikan selama 6 sesi cukup bagus ini terlihat dari kemampuan menjawab pertanyaan nara sumber dari timpelaksana disetiap sesi pemberian materi (Post test) 80-100%, sudah bisa dijawab dengan benar dan hal ini menandakan bahwa para peserta pelatihan sudah mampu mencerna dan memahami konsep, materi dan praktek yang diberikan dengan benar. Kondisi yang menarik dalam kegiatan ini adalah antusiasme yang luar biasa besar dari peserta dengan melihat ketertarikan dan kesungguhanpeserta dalam menyimak, memahami dan antusias untuk mencoba dalam praktek langsung bagaimana cara mempromosikan produknya dengan menggunakan strategi digital marketing secara digital yaitu dengan meningkatkan kreatifitas para pelaku UKM dalam menciptakan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan dan sesuai keinginan konsumen, harga sesuai kualitas barang, dan tempat penjualan menggunakan media social sebagai sarana untuk transaksi jual beli, dan promosi,

menggunakan konten untuk alat promosinya dengan menggunakan Tiktok, serta banyaknya pertanyaan yang diberikan yang rata-rata disetiap sesi pemberian materi ada lebih dari 5-6 pertanyaan yang diajukan kepada nara sumber.

Pengetahuan dan pemahaman peserta KWT UP3HP Indah Sari tentang strategi digital marketing dalam kreatifitas untuk merancang dan membuat produk kerupuk kamang yang mempunyai mutu dan kualitas sesuai permintaan konsumen sekarang ini. Dan menjadi produk yang unggul dan bersaing didunia perekonomian dan usaha bisnis marketing digital saat ini menjadi meningkat dan Keterampilan kreatifitas peserta KWT UP3HP Indah Sari dalam pembuatan konten digital sebagai media promosi untuk medsos maupun market place meningkat terutama dalam promosi dengan menggunakan media social TikTok.

4. Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung
- Andi Widiana, Muslichah Erma. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran. Bandung: Karya Putra Darwati
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014), Principles of Marketin, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Jakarta: Erlangga
- Saidani, Basrah. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol 3, No 1.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Strategi Pemasaran, Yogyakarta.
- Utami Munandar, Pengembangan Kreativitas Anak berbakat, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004)
- Yahya Ibnu Syifa, dkk (2021). Pelatihan Umkm Melalui Digital Marketing Untuk Membantu Pemasaran Produk Pada Masa Covid-19, ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat), Volume 2, No. 1.
- Arief Budiyanto, dkk (2021). Konten Kreasi Sebagai Sarana Pemasaran Digital, ABDI LAKSANA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 2 Nomor 3.
- Hadion Wijoyo, dkk (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). IKRAITH-ABDIMAS Vol 3 No 3.
- Tony, dkk (2021). Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. Conference on Business, Social Sciences and Technology. Volume 1 No 1.
- Divya, dkk (2021). Perancangan Promosi Melalui Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Brand Awareness Sobat Indihome (Studi Kasus di PT Telkom Witel Bandung 2021). Vol.7, No.4.
- Ilham, dkk (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun Tik Tok @jogjafoodhunterofficial). Socia: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial. Vol. 18, No. 1.
- Elisa Susanti, (2021). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. Sawala : Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat. Vol.1. No. 2.