

MEMBANGUN BRAND UMKM MELALUI KONTEN KREATIF DAN EFEKTIF MENGUNAKAN TIKTOK

Mery¹, Imam Rofi'i², Masgo³, Muhammad Haris Saputra⁴, Roby Setiawan⁵, Yessi Hartiwi⁶

^{1,5} Program Studi Teknik Informatika / Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

^{2,6} Program Studi Sistem Informasi / Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

^{3,4} Program Studi Sistem Informasi Akuntansi / Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

Alamat Korespondensi : Jl.Jendral Sudirman, The hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, 36138, Telp 0741 - 35095

E-mail: ¹ merykat89@gmail.com, ² imam.sate18@gmail.com, ³ masgowu@gmail.com,

⁴ muhammadharissaputra@unama.ac.id, ⁵ roby.setiawan.jet@gmail.com, ⁶ yessihartiwi26@gmail.com

Abstract

The development of technology and the Internet in Indonesia simultaneously influences the increase in social media users. This encourages Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to also need to adapt by utilizing digital technology to increase efficiency in marketing, commit to customers and build a more effective brand image. The use of TikTok is not only a trend among young people, but also a potential marketing tool. Tiktok is an effective way for MSMEs to reach a wider target audience through interesting and creative short videos. The target participants for this program are young people aged between 18-40 years because they are considered to have high potential for MSMEs. Apart from that, this program also encourages the development of an entrepreneurial spirit from an early age which is believed to have a good influence on their future. The PKM program in Mendalo Village is also in line with the Jambi Provincial government's efforts to digitalize MSMEs. This Community Service (PKM) activity can open the community's insight, especially MSMEs, in increasing their knowledge about creating creative and effective content using the Tiktok application.

Keywords: Content, Creative, Effective, MSMEs, Tiktok

Abstrak

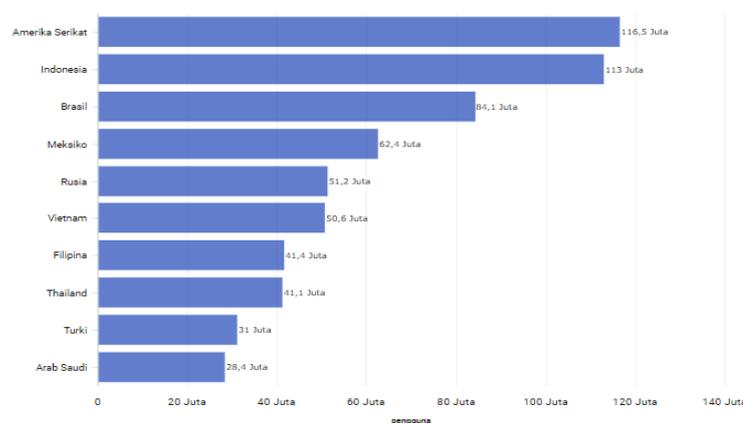
Perkembangan teknologi dan internet di Indonesia secara bersamaan mempengaruhi meningkatnya pengguna social media. Hal itu, mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga perlu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi dalam pemasaran, berkomitmen dengan pelanggan dan membangun brand image lebih efektif. Penggunaan Tiktok tidak hanya menjadi tren di kalangan muda, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang potensial. Tiktok adalah cara efektif bagi UMKM untuk mencapai target audiens yang lebih luas melalui video pendek yang menarik dan kreatif. Target peserta program ini adalah kelompok usia muda dengan usia antara 18-40 tahun karena dianggap memiliki potensi yang tinggi bagi UMKM. Selain itu program ini juga mendorong pengembangan jiwa wirausaha sejak dini yang diyakini akan memiliki pengaruh baik untuk masa depan mereka. Program PKM di Desa Mendalo ini juga sejalan dengan upaya pemerintah Provinsi Jambi untuk mendigitalisasi UMKM. Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dapat membuka wawasan Masyarakat khususnya pelaku UMKM dalam menambah ilmu pengetahuan tentang membuat konten kreatif dan efektif menggunakan aplikasi Tiktok.

Kata kunci: Konten, Keatif, Efektif, UMKM, Tiktok

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan internet di Indonesia secara bersamaan mempengaruhi meningkatnya penggunaan sosial media [1]. Hal itu, mendorong Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga perlu beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan efisiensi dalam pemasaran, berkomunikasi dengan pelanggan dan membangun brand image secara lebih efektif [2].

Dewasa ini salah satu platform sosial media yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok [3]. Hal ini dapat dilihat dalam grafik di website databoks.katadata.co.id dapat dilihat bahwa Indonesia menduduki peringkat kedua pengguna tiktok yang terbanyak di dunia [4].



Gambar 1. Negara dengan Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia (April 2023)

Penggunaan TikTok tidak hanya menjadi tren di kalangan muda, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang potensial [5]. TikTok adalah cara efektif bagi UMKM untuk mencapai target audiens yang lebih luas melalui video pendek yang menarik dan kreatif [6].

Dalam konteks pemasaran, ringkasan informasi melalui video singkat dapat menjadi alat yang kuat untuk mempromosikan produk atau merek karena dapat menyampaikan pesan secara kreatif dan mengundang emosi dari audiens [7]. Melihat potensi ini, program Pengabdian kepada Masyarakat akan dilaksanakan pada Desa Mendalo Darat dalam hal upaya meningkatkan pemahaman UMKM muda terhadap teknologi dan pemasaran melalui platform TikTok. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini juga sejalan dengan dorongan pemerintah yang telah memberikan dukungan yang kuat dalam memacu UMKM untuk beralih ke digitalisasi, sebagai bagian dari upaya mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi [8].

Desa Mendalo Darat terletak di Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Provinsi Jambi. Desa ini memiliki total populasi sebanyak 1.742 jiwa dengan sekitar 312 jiwa diantaranya berada dalam kelompok usia muda/dewasa (18-30 tahun) [9]. Tercatat di 2023, desa tersebut mempunyai

persentase pekerjaan tertinggi di sektor wiraswasta sebesar 31%. Data tersebut melibatkan pengerajin batik, pembuatan souvenir serta produksi makanan atau olahan kue tradisional [10].

Target peserta program ini adalah kelompok usia muda dengan usia antara 18-40 tahun karena dianggap memiliki potensi yang tinggi bagi UMKM. Mereka umumnya dikenal memiliki kreativitas, daya inovasi dan kemampuan beradaptasi yang tinggi terhadap perubahan teknologi dan tren pasar [11]. Selain itu, program ini juga mendorong pengembangan jiwa wirausaha sejak dini yang diyakini akan memiliki pengaruh baik untuk masa depan mereka [12].

2. METODE PELAKSANAAN

UNAMA mempunyai singkatan dari Universitas Dinamika Bangsa, adalah sebuah lembaga pendidikan swasta terkemuka di Provinsi Jambi. Berlokasi di pusat kota Jambi, tepatnya di Jalan Jendral Sudirman, Thehok, serta memiliki kampus lain di Jalan M. Kukuh Kota Baru Jambi. UNAMA memiliki visi untuk menjadi salah satu institusi pendidikan terkemuka di Sumatera dan juga di tingkat nasional. Universitas ini memiliki fokus dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang komputer, manajemen dan kewirausahaan, serta menjadi pusat pertumbuhan pengetahuan dalam bidang tersebut.

Perencanaan kegiatan dan metode pelaksanaan Pengabdian masyarakat di Desa Mendalo Darat ini meliputi :

1. Pendahuluan dan Penjelasan, yaitu memperkenalkan workshop kepada peserta, menjelaskan tujuan, manfaat, serta mengukuhkan pemahaman awal tentang TikTok dan pemasaran digital.
2. Pemahaman Konsep, yaitu menjelaskan konsep pemasaran di TikTok, potensi target audiens, dan cara membangun konten yang menarik.
3. Praktik Langsung, peserta akan diberi pengenalan praktis untuk membuat konten di TikTok, mulai dari ide, pengambilan gambar, editing, hingga posting.
4. Penilaian dan Analisis: Setiap peserta akan mempresentasikan hasil konten mereka. Diskusi mengenai strategi yang efektif dan perbaikan akan dilakukan.

Untuk mengukur perbedaan sebelum dan setelah pelatihan maka akan diadakan kegiatan berikut, yaitu :

1. Pengetahuan Awal, sebelum pelatihan, peserta akan mengisi survei untuk mengukur pengetahuan awal mereka tentang TikTok dan pemasaran digital.
2. Penilaian Konten, setelah pelatihan, peserta akan membuat dan membagikan konten TikTok mereka. Konten ini akan dinilai berdasarkan kriteria tertentu, seperti kreativitas, pesan yang disampaikan, dan daya tarik.

3. Pengetahuan Akhir, setelah pelatihan, peserta akan mengisi survei lagi untuk mengukur peningkatan pengetahuan mereka tentang TikTok dan pemasaran digital setelah mengikuti workshop.
4. Pemahaman Praktis, evaluasi langsung saat peserta mempraktikkan pembuatan konten di workshop dan diskusi tentang pengalaman mereka serta perbaikan yang mungkin. Semua data pengukuran akan dianalisis untuk mengevaluasi efektivitas workshop dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pemanfaatan TikTok untuk pemasaran.

Kemudian setelah didapatkan ijin dan jadwal pelaksanaan kegiatan PKM maka disiapkan materi untuk sosialisasi dan peralatan serta konsumsi yang di butuhkan. Adapun susunan panitia penyelenggara pada PKM ini yaitu :

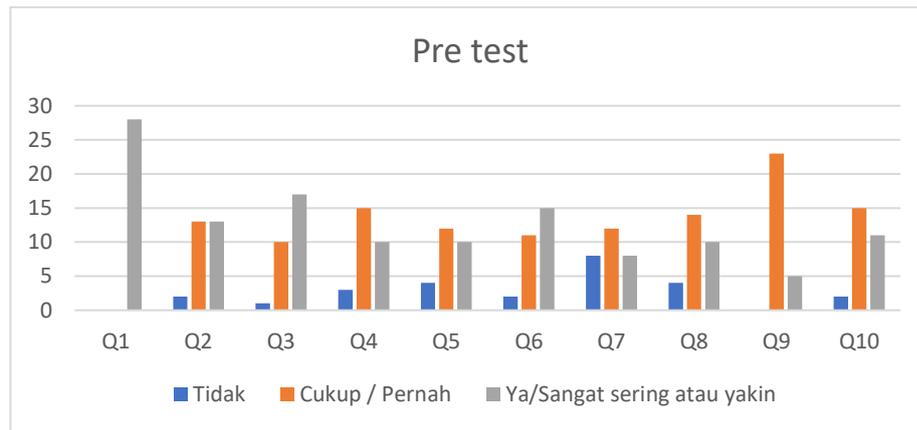
Tabel 1. Susunan Peran Instruktur / Penyuluh PKM

Nama	Peran
Muhammad Haris Saputra, SE, MBA	Penyuluh / Instruktur 1
Imam Rofi'i, S.Kom, M.Kom	Penyuluh/ Instruktur 2
Roby Setiawan, S.Kom, M.S.I	Perizinan
Yessi Hartiwi, S.Kom, M.S.I	Moderator, Laporan dan Jurnal
Masgo, S.Kom, M.S.I	Dokumentasi dan Konsumsi
Mery, S.Kom, M.S.I	Ketua dan Peralatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Brand UMKM Melalui Konten Kreatif dan Efektif Menggunakan Tiktok untuk mendapatkan pengetahuan mengenai bagaimana membangun Brand UMKM dengan konten-konten yang kreatif dan efektif. Pengabdian Kepada Masyarakat ini merupakan kegiatan yang didanai oleh Yayasan Dinamika Bangsa Jambi yang di kelola melalui LPPM Universitas Dinamika Bangsa Jambi.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diawali dengan moderator yang membuka acara kegiatan sosialisasi disertai dengan pengenalan anggota kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, kemudian sebelum penyuluh/instruktur memberikan materi, peserta diwajibkan untuk mengisi questioner (Pre Test). Berikut grafik hasil dari Pre test yang diikuti peserta pelaku UMKM.

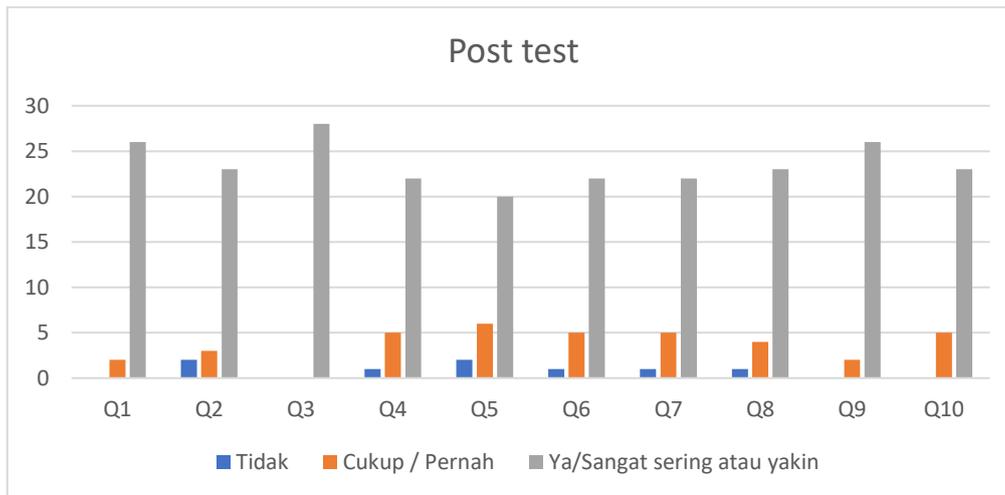


Gambar 2. Hasil Pre test Peserta Pelatihan

- Q1 :Apakah Anda telah mendengar tentang platform TikTok sebelumnya?
- Q2 :Apakah Anda tahu bagaimana TikTok dapat digunakan dalam konteks pemasaran?
- Q3 :Seberapa sering Anda menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari?
- Q4 :Apakah Anda memiliki pengalaman dalam membuat konten video singkat sebelumnya?
- Q5 :Apakah Anda memiliki pengalaman dalam menggunakan platform TikTok sebelumnya?
- Q6 :Apa harapan Anda dalam mengikuti pelatihan mengenai penggunaan TikTok untuk pemasaran?
- Q7 :Seberapa yakin Anda dalam memahami cara membuat konten menarik di TikTok untuk tujuan pemasaran?
- Q8 :Apa yang Anda harapkan dapat dipelajari dalam pelatihan mengenai TikTok dan pemasaran digital?
- Q9 :Bagaimana Anda mendeskripsikan pengetahuan Anda tentang pemasaran digital sebelum mengikuti pelatihan ini?
- Q10 : Apa aspek tertentu yang ingin Anda pelajari lebih lanjut dalam pelatihan ini?

Setelah pengisian Pre test, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilanjutkan dengan penyuluh/instruktur pertama memberikan penjelasan tentang materi pelatihan yang bersifat teori, kemudian break untuk menikmati snack box yang telah di sediakan panitia, selanjutnya moderator mempersilahkan penyuluh/Instruktur kedua untuk memberikan penjelasan tentang materi pelatihan yang bersifat praktek tentang aplikasi yang dibahas. Setelah semua materi sudah disampaikan maka moderator membuka sesi tanya jawab, bagi para peserta yang dapat menjawab dengan benar maka akan mendapat souvenir dari panitia kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Setelah sesi tanya jawab berakhir, moderator menutup acara sosialisasi ini dengan para peserta yang wajib mengisi post test dan peserta yang mengisi tercepat dengan jawaban post test paling tinggi akan mendapatkan souvenir kembali dari panitia Pengabdian kepada Masyarakat. Dan kegiatan ini diakhiri dengan sesi foto bersama. Berikut hasil dari Post Test para peserta pelaku UMKM.



Gambar 3. Hasil Post Test Peserta Pelatihan

Q1 :Apakah Anda merasa memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang penggunaan TikTok untuk pemasaran setelah mengikuti pelatihan ini?

Q2 :Seberapa yakin Anda sekarang dalam membuat konten menarik di TikTok untuk keperluan pemasaran?

Q3 :Apakah Anda telah mencoba membuat konten TikTok untuk keperluan pemasaran setelah mengikuti pelatihan ini?

Q4 :Apakah Anda merasa lebih mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform TikTok setelah pelatihan ini?

Q5 :Sejauh mana Anda merasa program ini telah membantu Anda dalam memahami konsep pemasaran digital melalui TikTok?

Q6 :Apakah Anda merasa lebih siap dalam mengaplikasikan strategi pemasaran dengan media sosial setelah mengikuti pelatihan ini?

Q7 :Seberapa besar perubahan dalam pengetahuan Anda tentang strategi pemasaran digital yang Anda alami setelah pelatihan ini?

Q8 :Apakah Anda merasa lebih kreatif dalam menciptakan ide konten pemasaran setelah mengikuti pelatihan ini?

Q9 :Bagaimana Anda menilai efektivitas workshop dalam meningkatkan pemahaman Anda tentang penggunaan TikTok untuk pemasaran? Apa yang menjadi hal terbesar yang Anda pelajari dari pelatihan ini tentang penggunaan TikTok untuk pemasaran?

Q10 : Apa aspek tertentu yang ingin Anda pelajari lebih lanjut dalam pelatihan ini?

Setelah sesi tanya jawab berakhir, moderator menutup acara sosialisasi ini dengan para peserta yang wajib mengisi post test dan peserta yang mengisi tercepat dengan jawaban post test paling tinggi akan mendapatkan souvenir kembali dari panitia Pengabdian kepada Masyarakat. Dan kegiatan ini diakhiri dengan sesi foto bersama. Berikut dokumentasi selama kegiatan berlangsung.



Gambar 4. Hasil Dokumentasi Selama Kegiatan PKM berlangsung

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat membuka wawasan Masyarakat khususnya pelaku UMKM dalam menambah ilmu pengetahuan tentang membuat konten kreatif dan efektif menggunakan aplikasi TikTok.
2. Dengan adanya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat menyadarkan pelaku UMKM akan pentingnya membangun brand dengan membuat konten kreatif dan efektif,
3. Pelatihan ini merupakan wujud dari tridarma perguruan tinggi bagi dosen sebagai media berbagi ilmu pengetahuan komputer di Masyarakat.

4.2 Saran

Adapun saran dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya terjalin kerjasama yang baik sehingga dapat memberikan pelatihan-pelatihan komputer yang berkelanjutan.
2. Melakukan evaluasi berkala terhadap pelatihan untuk mengukur efektivitasnya dalam

meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM.

3. Membuat panduan pelatihan online dan mendirikan forum komunitas untuk memfasilitasi pertukaran pengalaman antar pelaku UMKM, guna mendukung pembelajaran berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Yayasan Dinamika Bangsa dan LPPM Universitas Dinamika Bangsa serta Kepala Desa serta Masyarakat Mendalo Darat yang sudah memberikan dukungan serta kerja sama sehingga kegiatan PKM ini bisa terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Yoshio, "Masyarakat Pakai Internet untuk Media Sosial dan Pesan Singkat," *Katadata*, p. 1, 2022, [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/21/masyarakat-pakai-internet-untuk-media-sosial-dan-pesan-singkat>
- [2] N. A. Mutiara, C. Wijayangka, and B. R. Kartawinata, "Adopsi Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandung," *J. Ilm. MEA*, vol. 5, no. 1, pp. 1673–1684, 2021.
- [3] J. Aten, "TikTok Is the Fastest-Growing Social Media Network Ever. Why the U.S. May Ban It," 2020. <https://www.inc.com/jason-aten/tiktok-is-fastest-growing-social-media-network-ever-why-us-may-ban-it.html> (accessed Aug. 25, 2023).
- [4] Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia per April 2023, Nyaris Salip AS?, 2023. [https://PenggunaTikTokdiIndonesiaTerbanyakKeduaDiDuniaPerApril2023,NyarisSalipAS?\(katadata.co.id\)/4#](https://PenggunaTikTokdiIndonesiaTerbanyakKeduaDiDuniaPerApril2023,NyarisSalipAS?(katadata.co.id)/4#) (accessed Aug. 26, 2023).
- [5] Y. dkk Sri Mulyani, "Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi," *J. Ilm. Hosp.*, vol. 11, no. 1, p. 3, 2022, [Online]. Available: <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- [6] M. Rozaq and R. U. Nugrahani, "Penggunaan Platform Video Pendek Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Digital untuk UMKM," *J. Komun. Nusantara*, vol. 5, no. 1, pp. 21–30, 2023, doi: 10.33366/jkn.v5i1.271.
- [7] Arum Wahyuni Purbohastuti, "Vol. 12, No. 2, Oktober 2017," *Ekonomika*, vol. 12, no. 2, pp. 212–231, 2017.
- [8] Doni, "Inilah Dukungan Pemerintah Agar UMKM Go Digital dan Go Global," 2021. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/36064/inilah-dukungan-pemerintah-agar-umkm-go-digital-dan-go-global/0/berita> (accessed Aug. 29, 2023).
- [9] P. Desa Mendalo Darat, "Desa Mendalo Darat," 2023. <https://mendalodarat.desa.id/first/statistik/4#> (accessed Aug. 20, 2023).
- [10] P. Desa Mendalo Darat, "Data Demografi Berdasar Pekerjaan," 2023. <http://desa.sayasiap.com/first/statistik/1> (accessed Aug. 19, 2023).
- [11] E. S. Jafar, A. Syairah, and N. Cahyani, "KREASI: Jurnal Kreativitas dan Inovasi Self Evaluation melalui Personal SWOT Analisis sebagai Upaya menghadapi Quarter Life Crisis di Periode Emerging Adulthood," *J. Kreat. dan Inov.*, vol. 1, no. 2, pp. 101–110, 2023.
- [12] S. Rianti, E. Rohaini, and I. T. Pratiwi, "Workshop "Strategi Digital Marketing dan Sosial Media Sebagai Media Promosi Produk dan Meningkatkan Kompetensi Siswa Untuk Berwirausaha di SMK N 4 Kota Jambi," *J. Pengabd. Masy. Unama*, vol. 2, no. 1, pp. 58–66, 2023, doi: <https://doi.org/10.33998/jpmu.v2i1>.