

## OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PENGEMBANGAN UMKM DI DESA SEGARJAYA

Siti Syaadah Muplihat1, karnadi2

Manajemen1, Manajemen2

[mn21.sitimuplihat@mnh.ubpkarawang.ac.id1](mailto:mn21.sitimuplihat@mnh.ubpkarawang.ac.id1) , [mn21.karnadi@ubpkarawang.ac.id2](mailto:mn21.karnadi@ubpkarawang.ac.id2)

### Abstrak

Desa Segarjaya, seperti banyak desa di Indonesia, memiliki potensi ekonomi yang besar melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di desa ini berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja, dan menggerakkan perekonomian desa. Namun, mereka menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan di era digital. Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini mengidentifikasi TikTok sebagai platform potensial untuk membantu UMKM di Segarjaya dalam mencapai tujuan tersebut. Melalui serangkaian sosialisasi dan pelatihan, para pelaku UMKM diajarkan cara memanfaatkan TikTok untuk promosi produk, memahami pentingnya kehadiran digital, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital, serta peningkatan penjualan setelah mereka mulai menggunakan TikTok. Meskipun terdapat tantangan, seperti keterbatasan akses internet dan keterampilan teknologi, keberhasilan program ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas, bahkan internasional. Adaptasi teknologi menjadi kunci dalam pengembangan UMKM di era digital, dan dengan dukungan yang tepat, UMKM di Desa Segarjaya berpotensi mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan.

**Kata Kunci:** Umkm, Tiktok, Pemasaran, Desa Segarjaya

### Abstract

*Segarjaya Village, like many other villages in Indonesia, has significant economic potential through Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). MSMEs in this village play a crucial role in enhancing local community welfare, creating jobs, and driving the village economy. However, they face challenges in expanding market reach and increasing sales in the increasingly competitive digital era. This Community Service Program (KKN) identified TikTok as a potential platform to help MSMEs in Segarjaya achieve these goals. Through a series of outreach and training sessions, MSME operators were taught how to utilize TikTok for product promotion, understand the importance of digital presence, and develop effective marketing strategies. The results showed an increase in MSME operators' understanding of digital marketing, as well as a rise in sales after they began using TikTok. Despite challenges such as limited internet access and technological skills, the success of this program demonstrates that*

*TikTok can be an effective tool for introducing local products to a broader, even international, market. Technological adaptation is key to the development of MSMEs in the digital era, and with the right support, MSMEs in Segarjaya Village have the potential to achieve greater success in the future.*

**Keywords:** MSMEs, Tiktok, Marketing, Desa Segarjaya

## **PENDAHULUAN**

Desa Segarjaya, seperti banyak desa lainnya di Indonesia, memiliki potensi ekonomi yang signifikan melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di desa ini memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja, dan menggerakkan perekonomian desa. Namun, tantangan yang dihadapi UMKM di Segarjaya adalah bagaimana memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan di era digital yang semakin kompetitif.

Salah satu platform media sosial yang populer dan berkembang pesat adalah TikTok, khususnya di kalangan UMKM. Berikut beberapa contoh bagaimana TikTok dapat digunakan untuk mengembangkan UMKM dengan audiens yang besar. Jutaan orang menggunakan TikTok setiap hari, sehingga memungkinkan UMKM menjangkau khalayak yang besar dan beragam. Dengan demikian, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan menjaring calon klien dari berbagai daerah. Biaya yang terkait dengan promosi TikTok cenderung lebih rendah atau bahkan gratis. TikTok dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan layanan oleh UMKM dengan anggaran terbatas tanpa mengeluarkan banyak uang. Interaksi Pelanggan Langsung Melalui Komentar, Pesan Pribadi, dan Fitur Lainnya TikTok memungkinkan UMKM berinteraksi langsung dengan pelanggannya. Pelanggan menjadi lebih setia karena hal ini, dan umpan balik yang berharga dikumpulkan. Pengukuran dan Analisis Akurat Alat analisis canggih platform TikTok memungkinkan UMKM memantau keberhasilan kampanye pemasaran mereka. UMKM dapat mengukur keberhasilan strategi promosi mereka dan meningkatkan kampanye di masa depan dengan data yang akurat mengenai interaksi pengguna, keterlibatan, dan konversi. Dengan menggunakan TikTok, UMKM bisa mendapatkan pemahaman lebih mendalam mengenai target audiensnya. Hal ini memudahkan dalam membuat produk yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Didalam rangkaian Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini, saya melihat adanya peluang besar untuk memanfaatkan media sosial TikTok sebagai salah satu sarana untuk pengembangan UMKM di Desa Segarjaya. TikTok, dengan format video pendek yang kreatif dan jangkauan yang luas, dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan produk UMKM desa ini di pasaran secara luas. Tujuan dari program ini yaitu untuk mengedukasi pelaku UMKM di Desa Segarjaya tentang pentingnya kehadiran digital dan bagaimana mengoptimalkan penggunaan TikTok sebagai platform promosi. Dengan adanya sosialisasi ini, diharapkan kepada pelaku UMKM di desa segarjaya tersebut dapat meningkatkan penjualan, menarik lebih banyak calon pelanggan dikarenakan menggunakan media sosial seperti tiktok.

## METODE

Program sosialisasi ini melakukan beberapa tahapan evaluasi, tahap yang pertama yaitu sebelum melakukan program sosialisasi saya melakukan survei untuk mengidentifikasi jenis umkm yang ada di desa segarjaya ,dari survei tersebut banyak pelaku umkm yang ada di desa segarjaya belum memanfaatkan media sosial khususnya aplikasi tiktok,tahap selanjutnya saya mengadakan sosialisasi tentang pemanfaatan media sosial tiktok dalam pengembangan umkm dalam sosialisasi ini para pelaku umkm di perkenalkan dasar dasar pemasaran di aplikasi tiktok dan fitur-fitur yang ada di tiktok untuk promosi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN



Setelah melaksanakan program sosialisasi optimalisasi media sosial TikTok untuk UMKM di Desa Segarjaya selama periode Kuliah Kerja Nyata (KKN), terdapat beberapa hasil signifikan yang dapat dilaporkan. Hasil-hasil ini mencakup aspek peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital, efektivitas penggunaan TikTok sebagai platform media promosi, hingga dampak nyata terhadap kinerja bisnis UMKM. Sebelum sosialisasi ini dimulai, survei awal yang dilakukan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Desa Segarjaya memiliki pemahaman yang terbatas tentang pemasaran digital. Kebanyakan dari mereka mengandalkan metode promosi secara langsung, seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan pemasangan spanduk atau poster di area lokal. Penggunaan media sosial, terutama TikTok, belum menjadi bagian dari strategi mereka.

Namun, setelah sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan dalam sosialisasi ini, pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital, dengan sosialisasi ini Mereka mulai memahami pentingnya kehadiran di platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk potensi besar yang ditawarkan oleh TikTok dalam hal viralitas dan kemudahan penggunaan. berhasil membekali pelaku UMKM dengan keterampilan dasar dalam membuat konten TikTok, mulai dari cara merekam dan mengedit video, penggunaan musik yang sedang tren, hingga strategi penempatan hashtag yang relevan dan juga membekali cara pendaftaran tentang tiktok affiliate Untuk mendaftar sebagai TikTok Affiliate, buat akun TikTok, upgrade ke akun Bisnis atau Kreator, daftar di TikTok Shop, pilih produk untuk dipromosikan, buat konten dengan tautan afiliasi, dan lacak serta cairkan pendapatan yang diperoleh dari penjualan melalui tautan tersebut.. Sebagai hasilnya, banyak pelaku UMKM yang sebelumnya tidak pernah

menggunakan TikTok, kini mulai aktif membuat dan mengunggah konten secara mandiri.

Salah satu tujuan utama dari program ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Desa Segarjaya melalui pemanfaatan TikTok. Hasilnya, beberapa pelaku UMKM melaporkan adanya peningkatan penjualan setelah mulai aktif menggunakan TikTok sebagai platform promosi. Peningkatan ini tidak hanya terjadi pada penjualan lokal, tetapi juga mencakup pesanan dari luar daerah yang datang setelah konten TikTok mereka viral. Sebagai contoh, sebuah UMKM yang memproduksi kerajinan bambu melaporkan peningkatan pesanan hingga 30% setelah salah satu video mereka mendapatkan ribuan views di TikTok. Video tersebut menampilkan keunikan produk dan proses pembuatannya yang tradisional, namun dikemas dengan cara yang menarik dan modern. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi jembatan yang efektif antara produk lokal dengan pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke pasar internasional.

Meskipun hasil yang dicapai selama program ini cukup menggembirakan, terdapat beberapa tantangan dan hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan. Salah satu tantangan terbesar adalah keterbatasan akses internet di beberapa bagian Desa Segarjaya. Koneksi internet yang tidak stabil dan lambat menjadi kendala utama dalam proses pembuatan dan pengunggahan konten di TikTok. Hal ini menghambat pelaku UMKM dalam memanfaatkan TikTok secara optimal. Selain itu, ada juga tantangan dari segi keterampilan teknologi. Meskipun pelatihan dan pendampingan telah diberikan, beberapa pelaku UMKM, terutama yang berusia lanjut, masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi TikTok. Mereka membutuhkan waktu lebih lama untuk terbiasa dengan teknologi baru ini, yang mungkin memerlukan pelatihan lanjutan atau dukungan tambahan. Tantangan lainnya adalah dalam hal manajemen waktu dan sumber daya. Beberapa pelaku UMKM merasa kesulitan untuk membagi waktu antara produksi, manajemen bisnis, dan pembuatan konten TikTok. Meskipun mereka menyadari pentingnya pemasaran digital, keterbatasan sumber daya manusia membuat mereka harus bekerja ekstra keras untuk menjalankan semua aspek bisnis.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Secara keseluruhan, optimalisasi media sosial TikTok telah memberikan dampak positif yang nyata terhadap pengembangan UMKM di Desa Segarjaya. Meskipun ada tantangan yang harus dihadapi, hasil-hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk-produk lokal, meningkatkan engagement dengan pelanggan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan.

Keberhasilan ini menunjukkan pentingnya adaptasi teknologi dalam dunia usaha, terutama bagi UMKM yang ingin berkembang di era digital. Dengan dukungan yang tepat dan upaya yang konsisten, UMKM di Desa Segarjaya dapat terus memanfaatkan TikTok untuk mencapai kesuksesan yang lebih besar di masa depan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Hariyana, N., & Warmana, G. O. (2023). Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Media Sosial Pada UMKM di Tanggulangin Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(1), 22–27.
- Ranti Eka Putri, M. Wasito, & Ayu Nadia Lestari. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667–675. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1550>

## Hasil Turnitin

