

OPTIMALISASI PENGGUNAAN PLATFORM SOSIAL MEDIA TIKTOK, INSTAGRAM, DAN YOUTUBE DALAM MENGEMBANGKAN PRODUK UMKM SECARA DIGITAL

**Riski Hernando, Fitrini Mansur, Eko Prasetyo,
Primadi Prasetyo, Deri Rezky Brimer, Ali Akbar Syariz**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi
riskihernando@unja.ac.id

Abstract

This research is the result of community service implementation in Tanjung Johor Subdistrict, Pelayangan District, Kota Jambi. The community service implementation collaborated with resource persons from KOPI PAMAN to provide insights and knowledge to the Tanjung Johor community regarding the optimization of the use of social media platforms such as TikTok, Instagram, and YouTube, and to foster the development of their MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) products. The population and sample of this research consisted of approximately 30 community members in Tanjung Johor Subdistrict. The community service activities were carried out at the Tanjung Johor Subdistrict Office. The results of this research indicate that the Tanjung Johor community is highly enthusiastic about participating in the training, and they are very satisfied with the content provided. The feedback for the community service team includes a request for a repeat implementation of this service next year.

Keywords: Digital Marketing, Platform Sosial Media, UMKM.

Abstrak

Penelitian ini merupakan hasil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat di Kelurahan Tanjung Johor, Kecamatan Pelayangan, Kota Jambi. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berkolaborasi dengan pihak narasumber dari KOPI PAMAN dalam memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat Tanjung Johor terkait optimalisasi penggunaan platform social media Tiktok, Instagram dan Youtube dan menumbuhkembangkan hasil Produk UMKM mereka. Populasi dalam penelitian ini sekaligus sampel penelitian berjumlah lebih kurang 30 Masyarakat di Kelurahan Tanjung Johor. Lokasi pelaksanaan pengabdian juga dilaksanakan di Kantor Kelurahan Tanjung Johor. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Kelurahan Tanjung Johor sangat antusias dalam mengikuti pelatihan serta mereka sangat puas atas materi yang diberikan. Feedback bagi tim pengabdian berupa permintaan ulang agar pelaksanaan pengabdian ini dapat dilaksanakan kembali tahun depan.

Keywords: Digital Marketing, Social Media Platform, MSME's.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan entitas bisnis yang dapat menopang tulang punggung Produk Domestik Bruto pada beberapa negara berkembang di Dunia

(Rafiqi, dkk. 2022; Singh dan Signh, 2014). Sektor UMKM berkembang dan bertumbuh dengan kecepatan yang luar biasa, sehingga membuktikan menjadi bermanfaat bagi Ekonomi pada negara-negara *emerging market* (Signh dan Signh, 2014). Usaha Mikro, Kecil, dan

Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam konteks pengembangan ekonomi local (Jhonson, 2018).

Upaya pemerintah untuk memberdayakan dan mengembangkan UMKM dilakukan melalui penyediaan fasilitas, bimbingan, dan bantuan untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing UMKM (Alam dan Dunan, 2019; Mansur, dkk. 2023; Safelia dan Hernando, 2023). Sejalan dengan Smith (2020) dinyatakan juga bahwa Pemerintah seringkali mendorong dan memberdayakan UMKM melalui berbagai inisiatif, termasuk penyediaan fasilitas, bimbingan, dan bantuan. Pengembangan kemampuan dan daya saing UMKM menjadi fokus utama agar sektor ini dapat terus tumbuh dan memberikan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB).

Selaras dengan pesatnya perkembangan teknologi digital saat ini. Kehadiran teknologi digital telah menyebabkan transformasi berbagai media konvensional menjadi media digital. Hal ini disebabkan oleh perubahan kebiasaan masyarakat yang sebelumnya menggunakan media konvensional (Arisanty, dkk. 2020). Kini mereka beralih menggunakan media digital untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama kebutuhan akses informasi (Arisanty, dkk. 2020; Hernando, dkk. 2022). Bukti jelas dari perubahan ini dapat terlihat dari peningkatan konsumsi media digital yang cepat setiap tahunnya (Arisanty, dkk. 2020).

Jumlah usahawan di Indonesia terus mengalami peningkatan (Pratiwi, dkk. 2023). Hingga saat ini, baik di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil yang mana sebagian besar pengusaha kecil di Indonesia memulai usaha mereka karena adanya peluang

bisnis dan pangsa pasar yang aman dan besar (Tambunan, 2021). Peluang ini juga diambil oleh para pebisnis di salah satu kota di Indonesia, yaitu Jambi, sebuah kota di Pulau Sumatera yang mana banyak usaha dibangun dan dimulai oleh para pemuda yang menyadari pentingnya berbisnis dengan kemampuan mengelola media digital. Kemampuan ini, pada era digitalisasi saat ini, menjadi persyaratan utama untuk mengembangkan bisnis (Pratiwi, dkk. 2023).

Nyatanya, teknologi tidak hanya mengubah cara berkomunikasi dalam bisnis dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan serta pemegang saham, tetapi juga dengan menggunakan media pemasaran digital untuk mempromosikan dan menjual produk mereka (Pratiwi, dkk. 2023). Terutama sekarang, kebanyakan orang memiliki akses internet setiap hari melalui komputer pribadi, laptop, atau smartphone (Tambunan, 2021). Oleh karena itu, pemanfaatan internet atau media digital menjadi pilihan yang tepat bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha mereka.

Permasalahan di lapangan (Kelurahan Tanjung Johor) memiliki masyarakat yang juga berusaha UMKM akan tetapi belum menyentuh strategi hilirisasi yang saat ini sangat dibutuhkan. Sehingga, tim pengabdian berkolaborasi dengan KOPI PAMAN dalam memberikan suatu literasi terkait optimalisasi platform social media Tiktok, Instagram dan Youtube untuk memasarkan produk mereka. Pemilihan tiga platform social media tersebut dikarenakan saat ini sedang meningkat penggunaannya. Serta ketiganya mampu mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan niat pada pembelian produk yang dibuat oleh pelaku UMKM di Kelurahan Tanjung Johor.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Kantor Lurah Tanjung Johor Kecamatan Pelayangan Kota Jambi Seberang. Tim Bersama perangkat kelurahan sebelumnya telah melaksanakan koordinasi yang cukup intens dalam persiapan pelatihan ini. Lurah Tanjung Johor dalam hal ini (Pak Riza) sangat menyambut baik akan pelaksanaan pelatihan ini. Mengingat hasil pelatihan ini juga akan berkontribusi bagi pengembangan omset produk UMKM masyarakat Tanjung Johor.

Selain itu tim juga berkoordinasi dengan Kopi Paman dalam menyukseskan agenda pelatihan ini. General Manajer Kopi Paman Jambi dalam hal ini (Pak Kriss) sangat antusias dan mendelegasikan stafnya yaitu (Pak Dicky) untuk mentransfer knowledge-nya terkait promosi secara digital dengan platform-platform seperti Tiktok, Instagram dan Youtube.



Gambar 1: Suasana Pengabdian di Kantor Lurah Tanjung Johor Jambi



Gambar 2: Penyampaian Sambutan dari Ketua Tim Pengabdian



Gambar 3: Narasumber Kopi Paman bersiap sebelum menyampaikan materi

Pelaksanaan pelatihan disampaikan secara oral oleh Pak Dicky (staf Kopi Paman) kepada masyarakat Tanjung Johor. Dimana, terjadi proses pertukaran informasi yang bukan hanya satu arah akan tetapi juga dua arah. Proses tersebut ditandai dengan antusias masyarakat Tanjung Johor dalam menyimak paparan yang disampaikan Pak Dicky dan juga saat proses tanya jawab berlangsung.

Proses tanya jawab juga berlangsung secara a lot karena dari tim dan Kopi Paman telah menyediakan suatu rewards berupa souvenir maupun produk kopi dari Kopi Paman yang menyebabkan pelatihan ini lebih dari

durasi sebagaimana mestinya. Para peserta juga disuguhkan segelas kopi hangat disertai dengan ilmu yang bermanfaat.



Gambar 4: Diskusi Ketua Tim dan Pak Lurah terkait pelaksanaan Pengabdian untuk Tahun berikutnya



Gambar 6: Penyerahan Plakat Oleh Ketua Tim Pengabdian Kepada Lurah Tanjung Johor

HASIL PEMBAHASAN

Akhir dari pelaksanaan pengabdian ini diperoleh tingkat antusias dari peserta cukup tinggi. Karena tim juga melihat bagaimana proses tanya jawab yang cukup intens dan alot. Begitu juga tingkat kepuasan dari peserta yang dinilai sangat puas. Hal ini dapat dilihat dari hasil penyampaian warga ke Pak Lurah agar

melaksanakan kegiatan ini Kembali. Dimana sangat berdampak bagi mereka pelaku UMKM di Kelurahan Tanjung Johor.

Dilihat dari perspektif materi yang disajikan bahwa penguasaan akan teknologi pemasaran harus dan patut untuk disegerakan. Agar, pengusaha UMKM di Kelurahan Tanjung Johor dapat bertahan dan juga memiliki *competitive advantage* untuk dapat bersaing pada lingkungan usaha yang penuh dengan ketidakpastian.

Tahapan akhir berikutnya yaitu pelaksanaan monitoring serta evaluasi kepada pengusaha UMKM di Tanjung Johor atas diterimanya pelatihan ini dengan meninjau dan membandingkan tingkat omset penjualan produk UMKM mereka.

KESIMPULAN

Pelatihan ini dilaksanakan karena sangat memberikan manfaat bagi pengusaha UMKM di Tanjung Johor. Omset penjualan diharapkan meningkat dari periode sebelumnya. Saran untuk pelatihan kedepan yaitu untuk dapat dilaksanakan kembali, mengingat lingkungan usaha yang kompetitif dan selalu berubah. Sehingga adaptasi pengusaha UMKM perlu dan agar lebih sadar bahwa pembelajaran itu perlu untuk dapat menguasai yang sedang dijalani.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, I. A., & Dunan, H. (2019). MSMEs empowerment and development strategy model. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8, 324.
- Arisanty, Melisa, Gunawan Wiradharma, and Isma Fiani.

- "Optimizing Social Media Platforms as Information Dissemination Media." *Jurnal ASPIKOM* 5.2 (2020): 266-279.
- Hernando, R., Rafiqi, R., Hendriyaldi, H., Hastuti, D., & Sukmawati, N. (2022). Home industry development through digital marketing with canva application optimization. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(3), 557-570.
- Johnson, A. (2018). "Empowering Small Businesses: Government Initiatives for the Growth of MSMEs." *Journal of Economic Development*, 25(2), 123-145.
- Mansur, F., Hernando, R., & Prasetyo, E. (2023). Factors Affecting MSME Taxpayer Compliance: Tax Sanctions As Moderation: English. *Jurnal Akuntansi*, 27(1), 136-156.
- Pratiwi, N. E., Latuny, J., & Kaitelapatay, B. G. (2023). Social media optimization as an advertising tool for business development. *Jurnal Mantik*, 6(4), 3846-3853.
- Rafiqi, R., Hernando, R., Hendriyaldi, H., Widiastuti, F., & Hastuti, D. (2022). Pendampingan Digital Marketing Berbasis Syariah Produk Anyaman Bahan Baku Tanaman Resam Desa Maro Sebo, Jambi. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(10), 3816-3821.
- Safelia, N., & Hernando, R. (2023). Determinants Affecting Taxpayer Compliance. *Jurnal Akuntansi*, 27(2), 261-280.
- Singh, P., & Singh, D. (2014). Technology development in MSMEs. *International Journal of Application or Innovation in Engineering & Management (IJAIEEM)*, 3(3), 164-170.
- Smith, B. L. (2020). "The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises in Local Economic Development." *International Journal of Business Studies*, 35(4), 567-582.
- Tambunan, T. T. (2021). UMKM di Indonesia: perkembangan, kendala, dan tantangan. Prenada Media.