

# Pelatihan *Digital Marketing* dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan

<sup>1</sup>Nenden Nur Annisa\*, <sup>2</sup>Muhammad Rafly Eka Saputra, <sup>3</sup>Dwi Cahyono, <sup>4</sup>Fatma Sari Indrayati, <sup>5</sup>Maulana Alif Putra Gunawan, <sup>6</sup>Erwindhu Putra Widhi Wardhana, <sup>7</sup>Prisca Dicha Kusuma Priambudi, <sup>8</sup>Herlina Ari Wulanjati, <sup>9</sup>Maulia Syahrul, <sup>10</sup>Haidar Ahmad

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8,9,10</sup>Mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, Indonesia  
Email Corresponding: <sup>1</sup>Nendennurannisa@umpwr.ac.id\*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
<b>Kata Kunci:</b> Pelatihan, Tiktok, UMKM	<p>Pengenalan Teknologi Digital Dalam Membangun Perekonomian Desa Menggunakan TIKTOK Shop dilaksanakan di Desa Gintungan, Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo pada tanggal 27 Januari 2024. Kegiatan ini diikuti oleh 25 orang peserta, yang terdiri dari bapak ibu UMKM Desa Gintungan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya Tik Tok Shop, untuk membangun perekonomian desa. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi dan penyuluhan. Pada sesi sosialisasi, peserta diberikan materi tentang pengertian, manfaat, dan potensi teknologi digital, serta cara menggunakan Tik Tok Shop untuk berjualan. Pada sesi penyuluhan, peserta diberikan praktik langsung dalam membuat akun Tik Tok Shop, mengupload produk, dan membuat konten promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital, khususnya Tik Tok Shop. Peserta juga mampu membuat akun Tik Tok Shop dan mengupload produk mereka. Namun, peserta masih perlu meningkatkan keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik. Kesimpulannya, kegiatan Pengenalan Teknologi Digital Dalam Membangun Perekonomian Desa Menggunakan TIKTOK Shop ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya Tik Tok Shop. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong peserta untuk memanfaatkan Tik Tok Shop untuk mengembangkan usaha mereka, sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa.</p>
<b>Keyword:</b> Training, Tiktok, MSMEs	<p>The introduction of digital technology in building a village economy using TIKTOK Shop was carried out in Gintungan Village, Gebang District, Purworejo Regency on January 27 2024. This activity was attended by 25 participants, consisting of MSME fathers and mothers from Gintungan Village. This activity aims to increase participants' knowledge and skills in utilizing digital technology, especially Tik Tok Shop, to develop the village economy. This activity is carried out using socialization and counseling methods. In the socialization session, participants were given material about the understanding, benefits and potential of digital technology, as well as how to use Tik Tok Shop to sell. In the counseling session, participants were given direct practice in creating a Tik Tok Shop account, uploading products, and creating promotional content. The results of the activity show that participants have a good understanding of digital technology, especially Tik Tok Shop. Participants are also able to create a Tik Tok Shop account and upload their products. However, participants still need to improve their skills in creating interesting promotional content. In conclusion, the activity of Introduction to Digital Technology in Building the Village Economy Using the TIKTOK Shop succeeded in increasing the participants' knowledge and skills in utilizing digital technology, especially the Tik Tok Shop. It is hoped that this activity will encourage participants to use Tik Tok Shop to develop their businesses, so as to improve the village economy.</p>

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) merupakan salah satu mata pencaharian masyarakat dari praktek usaha perorangan ataupun badan usaha sektor kecil. Peran UMKM di Indonesia memberikan kontribusi sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi pertumbuhan ekonomi UMKM ini mendorong pemerataan perekonomian rakyat sebab berada di berbagai tempat, bahkan menjangkau daerah pelosok sehingga masyarakat tidak perlu ke kota untuk memperoleh penghidupan layak (Rahmadieni & Eka, 2022).

Pelaku bisnis yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong dan menopang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam konteks ini, UMKM telah memberikan kontribusi signifikan dalam menyediakan sumber daya untuk wirausaha dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Pengusaha UMKM di Indonesia secara terus-menerus mengembangkan diri agar dapat bersaing secara global, dengan tujuan menjaga keberadaan mereka dalam dunia bisnis (Priyono & Dian Permata Sari, 2023).

Perekonomian desa merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Desa memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya, namun masih banyak tantangan yang dihadapi, salah satunya adalah keterbatasan akses terhadap teknologi digital. Teknologi digital dapat menjadi solusi untuk mengatasi tantangan tersebut. Teknologi digital dapat membantu desa untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Digital Marketing merupakan salah satu aspek penting yang wajib dikuasai oleh para pelaku ekonomi saat ini, terutama masyarakat dengan mata pencaharian sebagai pedagang yang menjual produk maupun jasa (Juniawan, et., al., 2023).

Terdapat tantangan baru yang dihadapi dalam dunia usaha karena terkait dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Pola pemasaran dalam bisnis telah berubah dengan cepat. Keberadaan internet saat ini mengarah kegiatan komersial dimana pelanggan dapat melakukan transaksi melalui berbagai aplikasi. (Kurniawan & Asharudin, 2018).

Iklan menjadi salah satu metode promosi yang kerap diimplementasikan guna mengarahkan komunikasi persuasif pada konsumen dan bentuk penyajiannya bersifat non-personal. Salah satu platform yang semakin populer dan menjangkau semua kalangan dalam digital marketing adalah TikTok. TikTok merupakan salah satu dari media digital marketing yang dimanfaatkan oleh pelaku bisnis di era sekarang. Pada aplikasi TikTok ini dibutuhkan kreatifitas yang tinggi dalam memasarkan produknya (Altania & Sungkono, 2021).

Media sosial juga merupakan suatu alat yang dapat membantu penjual dalam mempromosikan produknya secara luas baik regional, nasional maupun internasional. seiring berkembangnya pengaruh teknologi yang pesat dapat ditandai dengan hadirnya internet yang memunculkan berbagai aplikasi sehingga dapat memberikan berbagai peluang untuk sebuah usaha (Viona et al., 2023).

Melalui jumlah pengguna aktif yang sangat besar, TikTok menawarkan potensi yang menarik bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasarnya meningkatkan penjualan. TikTok menjadi aplikasi yang digandrungi masyarakat karena manfaat yang dirasakan dan pengaruhnya pada pembelian pada suatu produk yang dipasarkan pada aplikasi tersebut.

Menurut (Haryanto et al., 2023) Kondisi saat ini anggota memiliki keterbatasan dalam jangkauan promosi produk. Anggota koperasi hanya menjual barang dan jasa secara konvensional melalui penjualan langsung dengan menitipkan di gerai. Hal ini kurang efektif karena belum menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dan belum ada peningkatan omset yang signifikan.

Menurut (Rozaq et al., 2023) Pelaku UMKM diharapkan menguasai pengembangan teknologi yang semakin modern, seperti pemanfaatan media sosial. Kesuksesan bisnis pelaku UMKM akan meningkat dengan pemanfaatan media sosial. Media sosial dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan menarik minat konsumen untuk mencapai pasar yang lebih luas. Situasi ini sangat mengharuskan pelaku UMKM untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan produktivitas mereka. Semakin banyaknya persaingan pasar, upaya untuk mempertahankan usaha dan mengembangkan usaha diperlukan strategi bisnis yang lebih kreatif.

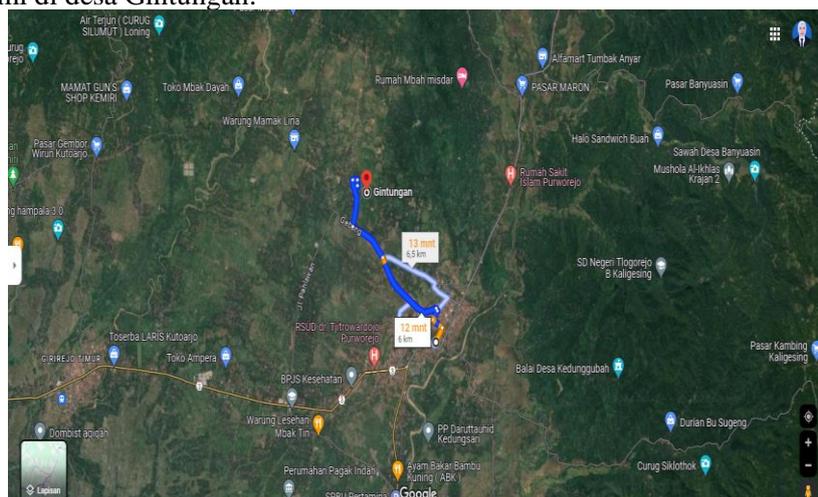
Pada dasarnya mitra pengabdian memiliki berbagai potensi UMKM yang dapat di jual belikan melalui media sosial terkhusus tik tok shop. Maka dari itu, tim kkn dan dosen pendamping lapangan mengadakan sosialisasi, pelatihan dan *Digital Marketing* dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi dari permasalahan yang ada terkait

memanfaatkan media sosial yang belum maksimal oleh para pelaku UMKM, dimana media sosial saat ini sangat berpotensi besar untuk mendukung pemasaran produk yang lebih luas lagi.

Pengabdian ini bertujuan untuk mendorong masyarakat meningkatkan ilmu pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan kesadaran serta memotivasi masyarakat khususnya kelompok UMKM dalam pemanfaatan Aplikasi Tiktok Shop dalam meningkatkan digital marketing.

## II. MASALAH

Permasalahan yang ada secara umum yaitu kendala yang dihadapi bahwa sekitar 80% peserta, terutama ibu-ibu UMKM, tidak memiliki pengetahuan yang memadai dan kesadaran tentang pentingnya menggunakan teknologi. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai tingkat pengetahuan masyarakat desa yang masih rendah terkait teknologi digital, termasuk TIKTOK Shop. Selain itu, kurangnya kesadaran akan potensi dan manfaat teknologi digital dapat menjadi hambatan dalam mengadopsi inovasi tersebut untuk meningkatkan perekonomian desa. Oleh karena itu, pengabdian ini akan mengeksplorasi bagaimana pengenalan teknologi digital dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dengan memahami manfaat dari teknologi digital dalam peningkatan ekonomi di desa Gintungan.



Gambar 1. Peta Desa Mangunrejo

## III. METODE

Pelaksanaan kegiatan di Desa Gintungan, Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo. Program pengabdian kkn ini membahas tema “Pelatihan *Digital Marketing* dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan” tema tersebut menjadi penting untuk dilakukan dimana sesuai dengan keadaan di Desa Gintungan, Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo dilakukan kegiatan tersebut pada tanggal 27 Januari 2024. Kegiatan ini melibatkan masyarakat Desa Gintungan khususnya pemilik UMKM. Melibatkan sekitar 25 pelaku UMKM. Metode dalam kegiatan ini menggunakan sosialisasi serta edukasi. Kegiatan ini melibatkan masyarakat Desa Gintungan khususnya Pelaku UMKM. Melibatkan kurang lebih 20 pelaku UMKM. Metode dalam kegiatan ini menggunakan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. (Tamsuri, 2022) pelatihan adalah suatu proses dimana orang-orang belajar mendapatkan keterampilan/ kemampuan tertentu untuk membantu tercapainya tujuan.

Adapun alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat secara keseluruhan ialah sebagai berikut:

### 1. Tahap persiapan

Tahap ini adalah dimana tahap survey ke lokasi terlebih dahulu untuk memastikan permasalahan yang ada di lokasi UMKM. Lalu setelah menemukan permasalahan dilakukan penyusunan proposal, kemudian mempersiapkan untuk membuat materi.

### 2. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam KKN ini menggunakan 2 metode, yaitu:

- Memberikan pelatihan sosialisasi cara menggunakan TIKTOK shop
- Memberikan pelatihan pembuatan logo untuk UMKM yang ikut sosialisasi

### 3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi dilaksanakan dengan metode tanya jawab kepada peserta dimana guna untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Diantaranya memberikan pertanyaan paham atau tidaknya berjualan online melalui TIKTOK Shop.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Tahap persiapan

Sebelum melaksanakan kegiatan ada beberapa hal yang harus dilaksanakan, yaitu: survei lokasi UMKM agar dapat melihat kondisi serta permasalahan yang terjadi di wilayah mitra yang nantinya diharapkan dapat memudahkan dalam memberikan solusi. Selanjutnya adalah membuat undangan dimana bertujuan untuk mengundang pelaku UMKM untuk datang ke balai desa dalam rangka sosialisasi. Kegiatan kkn disusun dalam format artikel guna proses administrasi dimana artikel dikerjakan setelah tim melakukan diskusi dalam menentukan apa saja yang akan dituangkan dalam solusi yang akan diberikan untuk menyelesaikan masalah yang ada.



Gambar 2. Survei Lokasi UMKM

##### 2. Tahap pelaksanaan

Hasil kegiatan ini yang diselenggarakan secara offline, dilaksanakan dalam 1 hari pada tanggal 27 januari 2024. Dimulai dari jam 09:30 am sampai selesai



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

##### 3. Tahap evaluasi

Tahap evaluasi dilaksanakan dengan metode tanya jawab kepada peserta sosialisasi dimana guna untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Dari evaluasi dengan para peserta terkait TIKTOK Shop, para peserta memberikan tanggapannya bahwa menggunakan TIKTOK Shop untuk berjualan secara online sangat mudah dan dapat menjangkau pasar secara global.



Gambar 4. Evaluasi

## V. KESIMPULAN

Minimnya pengetahuan dan kesadaran akan teknologi digital di kalangan ibu-ibu UMKM di Desa Gintungan dapat menjadi hambatan dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan perekonomian desa. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran akan teknologi digital di kalangan masyarakat desa, terutama ibu-ibu UMKM. Upaya tersebut dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti, Penyediaan akses pendidikan dan pelatihan teknologi digital. Pemerintah dan masyarakat perlu bekerja sama untuk menyediakan akses pendidikan dan pelatihan teknologi digital yang terjangkau dan berkualitas bagi masyarakat desa. Sosialisasi dan diseminasi informasi tentang teknologi digital. Pemerintah dan masyarakat perlu melakukan sosialisasi dan diseminasi informasi tentang teknologi digital secara berkelanjutan, sehingga masyarakat desa dapat memahami manfaat dan potensi teknologi digital. Pengembangan program pendampingan dan pembinaan. Pemerintah dan masyarakat perlu mengembangkan program pendampingan dan pembinaan bagi masyarakat desa yang ingin mengadopsi teknologi digital.

Dengan adanya upaya-upaya tersebut, diharapkan masyarakat desa, terutama ibu-ibu UMKM, dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran mereka akan teknologi digital. Hal ini dapat mendorong masyarakat desa untuk mengadopsi teknologi digital, sehingga dapat meningkatkan perekonomian desa dan kesejahteraan keluarga.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada rekan-rekan, dan dosen yang terlibat. Tim pengabdian juga mengucapkan terima kasih kepada pemerintah Desa dan masyarakat Desa Gintungan, Gebang, Kabupaten Purworejo, dimana telah memberikan izin terlaksananya kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Purworejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Altania, E., & Sungkono. (2021). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal EPISTEMA*, 2(1), 83–88.
- Haryanto, D., Alawiah, T., Yunandar, R. T., Apriyani, H., Kampus, S. I., & Bogor, K. (2023). Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 335–340. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.185>
- Juniawan, Fransiskus Panca, Melati Suci Mayasari, HARRIZKI Arie Pradana, Lukas Tommy, dan Dwi Yuny Sylfania. 2023. Pelatihan Digital Marketing Guna Meningkatkan Kompetensi Masyarakat Desa Kace Timur, Bangka. *Jurnal PKM: Pengabdian kepada Masyarakat*. 6(1). 17-25.
- Kurniawan, A & Asharudin, M (2018). Small and Medium Enterprises (SMEs) Face Digital Marketing. *Muhammadiyah International Journal of Economics and Business*. 1(2).
- Priyono, M. B., & Dian Permata Sari. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(September), 497–506.
- Rahmadieni, Risky Yuniar dan EkaIdar Wahyuni. 2022. Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Bulusulur. *Basirah Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2(1). 17-26.
- Rozaq, A., Diah Kurniawati, I., Yunitasari, Y., & Stt, L. S. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok UMKM Product Marketing Assistance Utilizing Social Media Instagram and Tiktok. *JNB : Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88–94.
- Viona, A., Susanti, E., Hanifa, S., Ridho, T. I., Nofirda, F. A., Manajemen, P. S., & Ekonomi, F. (2023). Analisis Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM di Pekanbaru. 7, 31021–31029.
- Tamsuri, A. (2022). Literatur Review Penggunaan Metode Kirkpatrick Untuk Evaluasi Pelatihan Di Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(8), 2723–2733.