

Pelatihan Pemanfaatan Social Media Tiktok Dalam Peningkatan Pendapatan UMKM Daivik Cell Menggunakan Aplikasi Bangbeli

Training on the Utilization of Tiktok Social Media in Increasing Daivik Cell MSME Income Using the Bangbeli Application

Renanda Auresty Faradita¹, Maharani Ikaningtyas²

^{1,2} FISIP, UPN “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: renandaauresty@email.com

Article History:

Received: 31 April 2023

Revised: 27 Mei 2023

Accepted: 13 Juni 2023

Keywords: Training, Social Media, Revenue, MSME, Online Marketing

Abstract: Credit and internet quota have now become the main needs of the community for smartphone users to communicate. As a form of community service, East Java "Veteran" UPN students participated in inviting and educating the UMKM Daivik Cell through utilizing the tiktok platform and joining to become partners of the bangbeli application with the aim of increasing income. The method used uses four stages, namely interviews, socialization, conducting training on the use of social media and the Bangbeli application, as well as monitoring and evaluation. The results obtained by Daivik Cell MSME players are that they know the importance of using tiktok and bangbeli applications which can increase income. In addition, the results of students being able to share existing knowledge by implementing it to UMKM Daivik Cell in developing their abilities in the field of business and marketing.

Abstrak

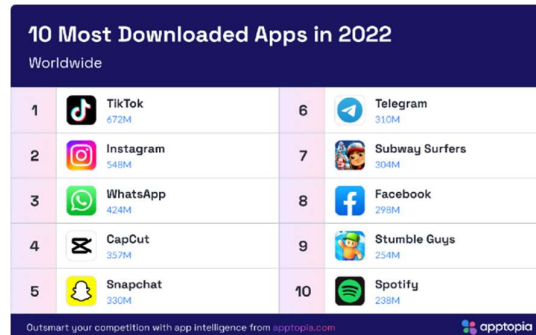
Pulsa dan kuota internet saat ini telah menjadi kebutuhan utama masyarakat bagi pengguna smartphone untuk berkomunikasi. Sebagai bentuk pengabdian masyarakat, mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur turut serta untuk mengajak serta mengedukasi UMKM Daivik Cell melalui memanfaatkan platform tiktok serta ikut bergabung menjadi mitra dari aplikasi bangbeli dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan. Metode yang digunakan menggunakan empat tahapan yakni wawancara, sosialisasi, melakukan pelatihan pemanfaatan social media dan aplikasi bangbeli, serta monitoring dan evaluasi. Hasil yang didapat pelaku UMKM Daivik Cell mereka menjadi tau pentingnya pemanfaatan tiktok dan aplikasi bangbeli yang dapat meningkatkan pendapatan. Selain itu hasil dari mahasiswa dapat membagikan ilmu yang ada dengan cara mengimplementasikan kepada UMKM Daivik Cell dalam mengembangkan kemampuannya dibidang bisnis serta marketing.

*Putri Kurniawati, Kkntblitarupnvjt@gmail.com

Kata kunci: Pelatihan, Sosial Media, Pendapatan, UMKM, Pemasaran Online

LATAR BELAKANG

Internet merupakan media informasi terkini dan paling up to date berisikan data informasi yang dapat diakses secara global. Internet sebagai media informasi dan komunikasi sudah sangat dikenal di kalangan masyarakat dalam menawarkan kemudahan dan fleksibilitas yang cukup memadai ketika menjadi media. Oleh karena itu internet digunakan berbagai kalangan mulai dari masyarakat menengah ke bawah hingga masyarakat menengah ke atas. Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi internet yang memungkinkan setiap orang untuk melakukan interaksi interpersonal dengan orang lain. Selain itu media social juga dapat dilakukan untuk media marketing pada suatu perusahaan yang ingin memperkenalkan produk dari mereka kepada audience yang luas. Pemasaran melalui media sosial disebut social media marketing, yaitu suatu bentuk pemasaran menggunakan media sosial untuk memasarkan suatu produk, jasa, brand atau isu dengan memanfaatkan khalayak yang berpartisipasi di media sosial tersebut. Salah satu media digital yang banyak digunakan oleh pebisnis indonesia yakni tiktok.



Gambar 1.1 Most Downloaded App in 2022

Sumber : <https://forbes.com/>, 2022

Berdasarkan data gambar diatas bahwa platform tiktok tahun 2022 menjadi aplikasi yang sangat digandrungi oleh seluruh masyarakat dunia salah satu negara yang banyak peminatnya yakni di indonesia. Semua orang berlomba-lomba membuat ide konten yang relate dengan kehidupan sehari-hari dengan tujuan agar mereka menjadi viral secara cepat dikarenakan content tersebut. Pemanfaatan media sosial tiktok menjadi satu cara untuk meningkatkan suatu pendapatan. Erlu diketahui bahwa UMKM menjadi salah satu factor

penting dalam pertumbuhan ekonomi (Harini, & Handayani, 2006). Pengembangan UMKM merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menanggulangi kemiskinan.

Pelaku UMKM harus mampu memaksimalkan manfaat perkembangan digital teknologi. Namun saat ini banyak dari pelaku UMKM yang masih kurang memahami dan memaksimalkan dikarenakan minimnya pendampingan pemanfaatan teknologi yang ada. Salah satu UMKM yang masih belum memaksimalkan teknologi yakni “Daivik Cell”. Daivik Cell merupakan UMKM yang bergerak dibidang jasa pembelian pulsa dan kuota internet. Usaha yang dijalani secara offline pun juga tidak mengalami peningkatan maupun penurunan.

Oleh karena itu untuk upaya peningkatan pendapatan dari UMKM tersebut mahasiswa aktif dari UPN Veteran Jawa Timur melakukan pengabdian dengan cara menggunakan aplikasi bangbeli sebagai sarana tambahan peningkatan pendapatan serta memanfaatkan social media tiktok secara online dalam memasarkan produk. Aplikasi bangbeli merupakan aplikasi yang sama bergerak penjualan pulsa, dan kuota internet. Mahasiswa tersebut melakukan pelatihan pengetahuan terkait penggunaan aplikasi sebagai mitra yang bekerjasama antara UMKM Daivik Cell dengan bangbeli.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan strategi pemasaran yang tepat khususnya melalui sosial media di tiktok menggunakan aplikasi bangbeli sebagai kerjasama UMKM Daivik Cell dengan bangbeli sehingga dapat meningkatkan omset dan laba penjualan produknya.

KAJIAN TEORITIS

Pelatihan

Menurut Widodo (2015:82), pelatihan ialah suatu kegiatan dari diri individu untuk menambah serta meningkatkan pengetahuan serta ketrampilan yang dimiliki sehingga ahli dibidangnya. Tujuan dari pelatihan yakni untuk memecahkan suatu permasalahan dan menyelesaikan terkait sasaran utama dari adanya program pelatihan tersebut.

Sosial Media Tiktok

Sosial media merupakan suatu model media baru dalam konteks industri pemasaran. Contoh platform yang paling digemari saat ini adalah Tiktok. Aplikasi social media Tiktok merupakan tempat platform media sosial yang digunakan bagi para penggunanya untuk berekspresi serta berkreaitifitas terhadap konten video yang telah dibuatnya. Dimana para penggunanya dapat membuat video pendek berdurasi 15, 30 detik ataupun 3 menit dengan

musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Dengan aplikasi tiktok ini pengguna tidak hanya mencari hiburan seperti membuat konten dengan joget atau menari saja, namun bagi para pebisnis atau pengusaha dapat mempromosikan produk atau jasanya secara online dengan cara membuat video agar para konsumen tertarik untuk membeli (Bulele & Wibowo, 2020). Aplikasi Tiktok pada saat ini memang sering digunakan sebagai pemasaran digital.

Pemasaran Online

Suatu kegiatan pemasaran online dapat dilakukan di berbagai platform seperti tiktok, instagram, website, e-commerce. Sasaran dari pemasaran online adalah untuk mempromosikan merek, meningkatkan penjualan, mendistribusikan produk atau jasa dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip yaitu kepuasan pelanggan (Tabroni & Komarudin, 2021). Manfaat yang diperoleh yaitu dapat menghemat biaya promosi, jangkauan pasar lebih luas, serta dapat meningkatkan penjualan. Macam-macam teknik pemasaran online diantaranya social media optimization, content marketing, influencer marketing, content automation, e-commerce marketing (Saveria, R. A., 2016). Dan saat ini yang memiliki pengaruh yang signifikan dengan cara membuat content.

Pendapatan

Tujuan utama didirikan usaha yakni untuk memperoleh suatu pendapatan. Pendapatan ialah aliran masuk aktiva yang timbul dari pembelian baik barang/jasa yang diperoleh pelaku usaha dalam periode tertentu. Penghasilan meliputi pendapatan (revenue) dan keuntungan (gain).

UMKM

UMKM merupakan suatu kegiatan dari aktivitas jual beli barang maupun jasa yang dilakukan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Memanfaatkan media sosial saat ini sangat efektif untuk meningkatkan pendapatan bagi UMKM. Selain itu dengan menggunakan social media untuk kegiatan pemasaran, mereka dapat memasarkan produk, memperluas pangsa pasar mereka dan memperkecil biaya promosi yang mereka keluarkan, serta memperpendek jarak interaksi UMKM dengan konsumen.

METODE PENELITIAN

Jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Metode Kualitatif deskriptif dipilih dengan alasan peneliti ingin mendeskripsikan hasil temuan yang diperoleh. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan salah satu pengkajian yang berasal dari data alami apa adanya dan tidak menambahi maupun mengurangi terkait informasi atau variabel yang telah didapat.

Metode yang digunakan untuk menjawab terkait permasalahan pada pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat ini terdapat empat tahapan yakni yang pertama dengan melakukan wawancara kepada mitra UMKM Daivik Cell yang berada di Kota Mojokerto, kedua melakukan sosialisasi kepada mitra UMKM, melakukan pelatihan penggunaan pemanfaatan social media dan aplikasi bangbeli ke mitra UMKM Daivik Cell, serta yang terakhir yakni melakukan monitoring dan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan.

Kegiatan wawancara kepada mitra UMKM Daivik Cell dilakukan bertujuan untuk mengetahui terkait permasalahan yang sedang dihadapi dan memberikan solusi terkait permasalahan yang ada. Pelaksanaan sosialisasi kepada mitra dilakukan terhadap target-target yang akan dilakukan, melakukan analisa terkait ide content serta penggunaan dari aplikasi bangbeli yang akan digunakan. Pelatihan penggunaan pemanfaatan social media ke mitra UMKM Daivik Cell dilakukan untuk memberi edukasi terkait pentingnya pemanfaatan social media dalam memasarkan produk secara online untuk peningkatan pendapatan. Serta monitoring dan evaluasi terkait kegiatan yang telah dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seperti yang kita ketahui bahwa saat ini pulsa dan kuota menjadi kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat. Hal tersebut dikarenakan adanya teknologi yang semakin canggih dan dengan adanya smartphone yang menunjang untuk adanya komunikasi serta untuk mencari hiburan bagi mereka. Daivik Cell merupakan UMKM yang bergerak dibidang penjualan pulsa dan kuota internet yang berada di daerah Kota Mojokerto, Jawa Timur. UMKM tersebut setiap hari melakukan kegiatan penjualan secara offline. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini membantu UMKM Daivik Cell dengan tujuan untuk memberikan edukasi serta pelatihan terkait pemanfaatan social media dan menggunakan aplikasi bangbeli sebagai mitra untuk meningkatkan pendapatannya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan 4 tahapan yakni :

1. Wawancara Bersama UMKM Dari Daivik Cell

Kegiatan wawancara bersama UMKM Daivik Cell telah dilakukan. Berdasarkan wawancara tersebut hal yang didapat yakni pemilik atau owner dari Daivik Cell mengatakan bahwa pendapatan yang didapat dengan berjualan secara offline tidak mendapatkan keuntungan serta kerugian yang signifikan.

Pemilik mencoba untuk melakukan pemasaran secara konvensional seperti membagikan kertas berupa harga pulsa dan kuota per kartu internet namun hal tersebut kurang efektif. Pemilik Daivik Cell sangat tertarik untuk melakukan promosi pemasaran secara online, tetapi beliau mengatakan kalau mereka belum memahami mulai cara mendaftar, membuat content yang relevan dengan produk yang dijual, serta penggunaan fitur-fitur yang ada.

Oleh karena itu solusi untuk mengatasi permasalahan ini pada program pengabdian masyarakat berfokus untuk membantu bisnis UMKM Daivik Cell yang awalnya melakukan promosi pemasaran secara konvensional beralih secara digital yakni melalui platform online. Pengabdian yang dilakukan disini yakni berusaha memberikan pelatihan media sosial tiktok serta mencoba memberikan penghasilan tambahan dengan cara bergabung melalui mitra bangbeli.

2. Sosialisasi Secara Langsung

Setelah apa penyebab yang didapat saat wawancara dan telah menemukan apa yang seharusnya dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Maka disini kegiatan selanjutnya yakni diadakan sosialisasi untuk merencanakan terget atau sasaran apa yang akan dilakukan seperti edukasi dalam mendaftarkan akun tiktok dan aplikasi bangbeli, merencanakan ide content planning, serta strategi untuk pemasaran

a) Pendaftaran Akun Tiktok Dan Aplikasi Bangbeli

Pendaftaran untuk akun tiktok disini berbeda dengan akun yang orang lain gunakan, disini peneliti mendaftarkan menggunakan akun bisnis. Hal tersebut dilakukan karena disesuaikan karena Daivik Cell sendiri merupakan bisnis UMKM. Selain itu untuk pendaftaran aplikasi bangbeli dimulai dari mengisi nama toko, email yang digunakan, password dan lain-lain.

b) Merencanakan Ide Content Planning

Sosialisasi untuk ide content planning disini memberikan edukasi terkait content apa yang dibuat. Peneliti dan pemilik sepakat untuk membuat content

planning secara softselling dan hardselling. Hal tersebut dilakukan selain meningkatkan pendapatan tapi juga diharapkan meningkatkan brand awareness. Apabila content yang diupload terus menerus tentang menjual produknya (hardselling) tentunya audience yang melihat juga tidak akan tertarik bahkan akan meng-skip content tersebut. Beda halnya dengan content softselling, content ini dibuat dengan cara memadupadankan antara content yang sedang viral dengan produk yang sedang dijual. Oleh karena itu untuk membuat content secara softselling maka diperlukan untuk riset terlebih dahulu, riset dapat dilakukan diberbagai platform seperti tiktok itu sendiri, instagram, twitter, snackvideo maupun facebook.

c) Strategi Pemasaran

Peneliti memberikan saran untuk strategi marketing yang akan dilakukan yakni pembuatan copywriting yang baik, pemberian hastag yang relevan dengan content serta pada saat pengupload an content selalu memperhatikan waktu penguploadan sesuai dengan algoritma tiktok



Gambar 1.2 Sosialisasi Secara Langsung Dengan Daivik Cell

Sumber: Renanda Auresty Faradita, 2023

3. Pelatihan Pemanfaatan Social Media Tiktok Dan Aplikasi Bangbeli

Setelah sosialisasi telah dilakukan maka kegiatan pelatihan pemanfaatan social media tiktok dan aplikasi bangbeli. Pemberian edukasi diberikan dengan cara mempraktekkan secara langsung serta menunjukkan langsung. Untuk tiktok dimulai dari langkah mendaftar, pemanfaatan fitur efek dan lagu yang akan digunakan. Selain itu untuk aplikasi bangbeli materi disampaikan mulai dari cara mendaftar, cara memesan pulsa atau kuota, top up saldo dan sebagainya.

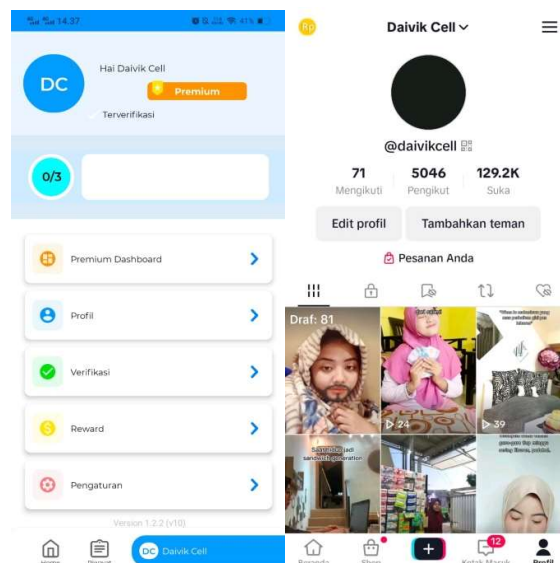


Gambar 1.3 Pelatihan Social Media Tiktok Dan Aplikasi Bangbeli

Sumber: Renanda Auresty Faradita, 2023

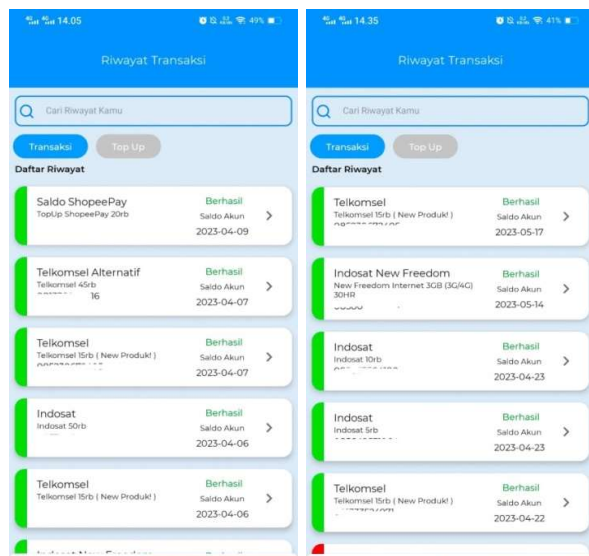
4. Monitoring Dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi disini dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah kegiatan pelatihan yang telah dilakukan telah sesuai dengan target di awal. Dan terbukti bahwa dengan adanya pemasaran melalui social media tiktok dan aplikasi bangbeli dapat meningkatkan pendapatan. Tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga dapat meningkatkan brand awareness dari Daivik Cell serta Bangbeli itu sendiri.



Gambar 1.4 Bukti akun Tiktok Dan Akun Aplikasi Bangbeli

Sumber: Renanda Auresty Faradita, 2023



Gambar 1.5 Bukti Pembelian Dari Aplikasi Bangbeli

Sumber: Renanda Auresty Faradita, 2023

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berdasarkan penjelasan diatas bahwa kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat oleh UMKM Daivik Cell yang berada di Kota Mojokerto, Jawa Timur telah berjalan dengan baik mulai dari wawancara hingga hasil yang telah diterima. Setelah wawancara dilakukan, maka kegiatan pelatihan dilakukan dengan menggunakan aplikasi bangbeli sebagai mitra dan memanfaatkan penggunaan tiktok. Kegiatan Pelatihan mampu membantu dalam meningkatkan pengetahuan serta skill yang telah diberikan untuk kedepannya. Hasil tersebut telah dibuktikan berdasarkan pembelian yang telah ada yang disebabkan oleh perluasan jangkauan pemasaran, selain dapat meningkatkan pendapatan juga dapat meningkatkan brand awareness pada platform tiktok Daivik Cell.

Saran yang perlu dilakukan yakni diharapkan untuk UMKM lainnya khususnya bagi Daivik Cell harus lebih dapat memanfaatkan platform tiktok dengan baik dengan cara mengikuti arus trend yang ada. Selain itu juga harus terus melakukan inovasi, memperhatikan apa yang sedang dibutuhkan oleh customers dan lain sebagainya. Untuk penelitian ini mungkin diperlukan adanya saran, atau masukan dikarenakan masih banyak kekurangan yang harus dikaji lebih mendalam terkait bagaimana pengembangan menggunakan aplkasi bangbeli sebagai mitra serta pemanfaatan penggunaan platform tiktok untuk meningkatkan pendapatan serat meningkatkan brand awareness.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada UMKM Daivik Cell yang bersedia dan berpartisipasi sebagai mitra untuk kegiatan pengabdian masyarakat oleh mahasiswa UPN Jawa Timur dengan telah menerima pengabdian dengan baik. Penelitian menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada pelaksanaan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Andani, G. J. (2016). Analisis Perlakuan Akuntansi atas Pendapatan dan Beban Serta Pelaporan Keuangan pada Pt Anugrah Artha Abadi Nusa Palembang. 8–21. <http://eprints.polsri.ac.id/3729/>
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1(1), 565–572. <http://journal.uib.ac.id/index.php/cbsit>
- Cicik Harini dan SB Handayani. (2019). Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm. Derivatif Jurnal Manajemen, 3(2252), 58–66.
- E-Commerce: Digital Markets, Digital Goods di Era Digital. (n.d.). <https://sis.binus.ac.id/2021/03/09/e-commerce-digital-markets-digital-goods-di-era-digital/>
- Kusmayadi, I., Suprayetno, D., Abidin, Z., & Wardani, L. (2022). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Pendapatan Para Pedagang Kecil Di Taman Mekarsari Narmada. Jurnal Abdimas Sangkabira, 3(1), 76–82. <https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v3i1.311>
- Maulana, H. F., Rizal, M., Putra, A., Cahyani, W. S., Rubun, S. R., Arwana, V., & Ato, P. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Pemasaran UMKM Kota Baubau. 2(2), 142–149.
- Pratama, R. S., Haque, M. H., Ardianta, A., Arumsari, D. N., & Evanthy, A. (2022). Pelatihan promosi dan pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm di kota surabaya. Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 118–124.
- Tabroni, T., & Komarudin, M. (2021). Strategi Promosi Produk Melalui Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid'19 Berdasarkan Keputusan Konsumen. Jurnal Riset Entrepreneurship, 4(1), 49. <https://doi.org/10.30587/jre.v4i1.2217>