

PELATIHAN DIGITAL MARKETING MELALUI TIKTOK SHOP

Reval Pramudya Armanda¹, Dwiyan Muchamad Nur², Ardiansyah Dharma Putra
S³, Riyan Ardiyansah⁴, Hafid F Najib⁵

pramudyareval@gmail.com¹, dwi48338@gmail.com²,
adsudjadi@gmail.com³, rianardiyano@gmail.com⁴, najibhafid74@gmail.com⁵

Universitas Semarang

ABSTRAK

Pelatihan Digital marketing yang dilakukan mahasiswa Universitas Semarang memiliki tujuan untuk mengedukasi UMKM yang ada di kota Semarang. Kegiatan ini bertujuan untuk mengajarkan kepada masyarakat akan peluang usaha yang bisa kita jalani dengan menggunakan fitur tiktokshop. Dalam pelatihan ini nantinya akan diajarkan bagaimana cara untuk kita bisa berjualan di tiktokshop, mulai dari bagaimana pembuatan akun, kemudian cara strategi marketing yang benar agar produk kita selalu menjadi produk pertama saat orang akan berbelanja di layanan fitur tiktokshop. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan edukasi, pelatihan bagaimana cara kita menggunakan fitur tiktokshop untuk kita memasarkan produk yang kita miliki.

Kata Kunci: Pelatihan, Digital Marketing, Tiktok Shop.

Abstract

Digital marketing training carried out by Semarang University students aims to educate MSMEs in the city of Semarang. This activity aims to teach the public about business opportunities that we can pursue by using the TikTokshop feature. In this training we will be taught how to sell on TikTok, starting from how to create an account, then the correct marketing strategy so that our product is always the first product when people shop on the TikTok shop feature service. The purpose of this training is to provide education, training on how we can use the TikTokshop feature to market the products we have.

Keywords: Training, Digital Marketing, Tiktok Shop.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro dan Kecil) adalah istilah yang merujuk pada bisnis atau usaha yang memiliki skala kecil dan tidak terlalu besar. Mereka biasanya memiliki sumber daya yang terbatas dan tidak memiliki struktur organisasi yang kompleks. UMKM dapat berupa usaha yang bergerak di bidang jasa, manufaktur, atau perdagangan, dan biasanya memiliki jumlah karyawan yang relatif kecil. Mereka berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi lokal.

Digital marketing, atau pemasaran digital adalah metode pemasaran produk atau layanan yang dilakukan secara online dengan memanfaatkan media digital dan elektronik. Perusahaan menggunakan medium tersebut untuk menarik pelanggan dan meningkatkan target penjualan. Dengan perkembangan teknologi, peluang yang tersedia dari pemasaran digital menjadi tidak terbatas, sehingga semua jenis usaha dapat melakukannya.

Pelatihan digital ini sangat penting bagi UMKM mengingat perubahan pasar yang terjadi akibat kemajuan teknologi, UMKM dituntut mengikuti pasar agar mereka tidak tertinggal oleh pasar yang lebih besar, konsumen lebih memilih belanja online daripada harus keluar untuk memilih barang atau produk yang ingin mereka beli.

Dalam pelatihan digital ini nantinya akan memberi pelatihan kepada mereka (UMKM) mulai bagaimana cara pembuatan akun, penampilan produk yang dimasukkan dan bagaimana strategi marketing untuk membuat konsumen tertarik pada produk yang mereka miliki.

METODOLOGI

a. Metode kegiatan

Kegiatan pelatihan digital marketing melalui tiktok shop dilaksanakan selama 1 hari dengan durasi 90 menit. Dalam pelaksanaan terjadi 2 metode yaitu secara teori dan juga praktik langsung, jam 11.00 – 11.40 pembekalan materi oleh narasumber kemudian dilanjut praktik langsung mulai jam 11.40 – 12.30.

b. Metode Penerapan

Kegiatan dilaksanakan di Gedung menara Universitas Semarang di ruang kelas menara 5.13. kegiatan dimulai dengan MC memberi sambutan kepada narasumber dan juga peserta pelatihan, kemudian narasumber memberi materi kepada peserta tentang apa itu tiktok/tiktok shop, dilanjut praktek langsung dengan membantu pembuatan akun tiktok, kemudian cara membuat deskripsi produk agar menarik, membantu bagaimana cara memilih pembayaran, dan membantu cara memasukan produk-produk ke akun tiktok shop peserta pelatihan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan digital marketing diikuti 20 peserta yang tergabung dari peserta umum dan anggota tim koni, peserta juga diberikan formulir Pre-Test dan Post-Test sebagai alat ukur yang nantinya digunakan oleh penelitian untuk melihat seberapa berhasil pelatihan ini dilaksanakan.

Tabel kuesioner Pre-test dan Post-test

No	Kuesioner	Pre-test		Pos-test	
		sudah	belum	sudah	belum
1	Apakah anda pernah mengikuti pelatihan tiktok shop	25%	75%	40%	60%
2	Apakah anda pernah membuat Digital marketing melalui tiktok shop	25%	75%	40%	60%
3	Apakah anda tertarik memulai bisnis digital marketing melalui tiktok shop	40%	60%	100%	0%
4	Apakah anda tertarik mengikuti pelatihan ini	50%	50%	60%	40%
5	Apakah anda paham tentang digital marketing tiktok shop	50%	50%	60%	40%

Analisis Hasil yang diperoleh

Dari hasil kuesioner tersebut diketahui peserta pelatihan digital marketing menunjukkan peningkatan sebelum dan sesudah pelatihan, diketahui pemahaman terkait digital marketing dari yang sebelumnya 50% mengalami peningkatan menjadi 60%, ketertarikan memulai bisnis melalui tiktok shop juga mengalami peningkatan yang signifikan dari yang sebelumnya hanya 40% berubah menjadi 100% karena pemahaman yang didapat setelah mengikuti pelatihan. Antusias yang tinggi dari peserta membuat mereka bisa dengan mudah menerima materi yang diberikan oleh narasumber dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peserta juga dijawab oleh narasumber dengan jawaban yang mudah di pahami juga dipraktik secara langsung.



Gambar 1 (Pelatihan Digital Marketing melalui Tiktok Shop)



Gambar 1.2 (Pembuatan Akun Tiktok Seller Center)

Evaluasi kegiatan

Evaluasi keberhasilan kegiatan pelatihan digital marketing dilakukan setelah selesai, dengan melihat hasil Pre-test dan Post-test yang telah diisi oleh peserta pelatihan. Hasil Pre-test dan Post-test mendapat hasil positif karena 95% peserta mengikuti pelatihan dari awal sampai akhir kegiatan.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada kegiatan pelatihan digital marketing ini mengalami peningkatan bagi peserta pelatihan dalam memahami penggunaan layanan tiktok shop. Dilihat dari hasil pre-test dan Post-test peserta pelatihan dari yang sebelumnya 35% naik menjadi 90%. Peserta yang sebelumnya pernah mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing dari 40% naik menjadi 80% dan peserta yang belum pernah mengikuti pelatihan digital marketing dari yang sebelumnya hanya 5% menjadi 70% karena adanya pelatihan ini. Antusias peserta dalam mengikuti pelatihan digital ini sangat besar dilihat dari awal kegiatan dimulai dari pemberian materi sampai praktik langsung oleh Narasumber, keaktifan peserta juga membuat acara lebih aktif dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh peserta ke Narasumber.

DAFTAR PUSTAKA

- Sinulingga, G., Setiawati, S., Furkonudin, F., Thantawi, A. M., Nurliyah, E. S., Lubis, A. L. P., ... & Faizal, H. (2023). Pkm Pelatihan Digital Marketing Dengan Aplikasi Tik Tok Serta Optimalisasi Live Tik Tok Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Pelaku Umkm Binaan Gemma Indonesia Raya. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 199-208.
- Hidayat, C. M. (2023). Pelatihan Dan Sosialisasi Tiktok Shop Sebagai Strategi Digital Marketing Untuk Optimalisasi UMKM Menuju Digitalisasi. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 3(2), 33-41.
- Sinulingga, G., Setiawati, S., Furkonudin, F., Thantawi, A. M., Nurliyah, E. S., Lubis, A. L. P., ... & Faizal, H. (2023). Pkm Pelatihan Digital Marketing Dengan Aplikasi Tik Tok Serta Optimalisasi Live Tik Tok Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Pelaku Umkm Binaan Gemma Indonesia Raya. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 6(2), 199-208.
- RizaSetyowati.(2020).STRATEGIPEMASARAN MEMALUIDIGITALMARKETINGPA PT VITAPHARM
- Cut DeviMaulidaSari.(2020).Sosialisasi Digital Marketing PadaUsahaMikcoKesilMene ngah(UMKM)