

Sosialisasi Media Sosial Tik Tok *Shop* dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Masyarakat Pagedangan Tangerang Selatan

Siti Aprilliani¹, Dede Abdurohman², Selvy Dwi Widiyanti³

^{1,2,3} Prodi Manajemen Universitas Pamulang

E-mail: dosen02494@unpam.ac.id¹, dosen02402@unpam.ac.id², dosen02468@unpam.ac.id³

Diterima 26/Oktobre/2024 | Direvisi 15/November/2024 | Disetujui 22/Desember/2024

Abstract

The purpose of Community Service Activities is to provide knowledge about Social Media to Micro, Small and Medium Enterprise (MSMEs) in the Pagedangan community to increase sales. Social media plays an important role in almost all levels of society. Starting from sending messages to friends, sharing information, to looking for information that is currently hot in society and social media has become an important need for almost everyone. Some social media that are popular in Indonesia include: WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter, Facebook Messenger. One of the social media that is currently widely used in online sales is Tik Tok media, whether through live broadcasts or not. Sales are business activities carried out with the aim of making a profit and maintaining the business. E-Commerce as a digital-based sales media supports the consumer community in shopping and makes it easier for sellers to market their products. Online sales media utilizes the internet to introduce, offer, sell and buy products. The method used in this service is to provide material related to several social media that are currently trending. The results of Community Service are MSME players are very enthusiastic about learning to use Tik Tok to help expand their sales and have started using Tik Tok in sales.

Keywords: MSMEs, Sales, Social Media

Abstrak

Tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat adalah untuk memberikan pengetahuan tentang Media Sosial kepada Para pelaku UMKM masyarakat Pagedangan dalam meningkatkan penjualan. Media sosial memegang peranan penting di hampir segala lini masyarakat. Mulai dari mengirim pesan kepada teman, berbagi informasi, hingga mencari suatu informasi yang sedang hangat di masyarakat dan media sosial telah menjadi salah satu kebutuhan penting hampir setiap orang. Beberapa media sosial yang populer di Indonesia di antaranya: WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Twitter, Facebook Messenger. Adapun salah satu media sosial yang saat ini yang banyak di guankan dalam penjualan online adalah media Tik Tok baik melalui siaran Live atau tidak. Penjualan merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan laba dan mempertahankan usaha. E-Commerce sebagai media penjualan berbasis digital menunjang masyarakat konsumen dalam berbelanja dan memudahkan penjual memasarkan produknya. Media penjualan secara online memanfaatkan internet untuk mengenalkan, menawarkan, menjual, dan membeli produk. Metode yang digunakan dalam Pengabdian ini adalah memberikan materi terkait beberapa Media Sosial yang sedang trend saat ini. Hasil dari Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Para Pelaku UMKM sangat antusias untuk belajar menggunakan Tik Tok dalam membantu memperluas penjualan mereka dan sudah mulai menggunakan Tik Tok dalam penjualan.

Kata Kunci: UMKM, Penjualan, Media Sosial

1. PENDAHULUAN

Desa Cicalengka yang merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Kecamatan Pagedangan merupakan pemekaran dari Kecamatan Legok. Di kecamatan ini terletak perumahan besar yang bernama Gading Serpong atau kini disebut sebagai Summarecon Serpong, yang kini akan menjadi kota

modern yang disebut dengan Summarecon Serpong dan BSD City, tepatnya di Desa Cihuni. Di kecamatan ini juga terdapat Perum Puspipstek, yang masuk kedalam wilayah Desa Pagedangan.

Desa Cicalengka yang merupakan sebuah desa yang terletak di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten, Indonesia. Kecamatan Pagedangan merupakan pemekaran dari Kecamatan Legok. Di kecamatan ini terletak perumahan besar yang bernama Gading Serpong atau kini disebut sebagai Summarecon Serpong, yang kini akan menjadi kota modern yang disebut dengan Summarecon Serpong dan BSD City, tepatnya di Desa Cihuni. Di kecamatan ini juga terdapat Perum Puspipstek, yang masuk kedalam wilayah Desa Mayoritas warga masyarakat desa Cicalengka berwirausaha, namun tidak sedikit juga yang tidak memiliki pekerjaan tetap. Maka kami sebagai tim Pengabdian ingin memperkenalkan Media Sosial Tik Tok Shop kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan penjualan. Adapun Fitur tersedia untuk pengguna TikTok dengan akun bisnis (Hardi, 2022). Sistem yang dilakukan TikTok Shop sama seperti penjualan di e-commerce lainnya, penjual menerima pesanan dan penjual harus menyelesaikan proses dengan pembeli. Selain itu, pembeli juga dapat melacak proses pengiriman produk yang dibeli (Ismail et al., 2023).

TikTok merupakan aplikasi yang mempunyai efek khusus yang unik dan menarik sehingga dapat digunakan oleh penggunanya dengan mudah dan dapat membuat video pendek dengan hasil yang menarik dan bagus. Aplikasi TikTok ini mempunyai dukungan musik yang berbagai variasi sehingga penggunanya dapat melakukan tarian atau gaya bebabs yang diinginkan. Hal tersebut dapat mendorong kreativitas penggunanya membuat konten yang lebih berinovasi (Pamungkas and Djulaeka, 2019). Penggunaan media sosial ini tidak sulit karena hampir semua mereka yang berwirausaha memiliki smartphone. Karena syarat mengakses media sosial tiktok adalah memiliki smartphone. Adapun manfaat penggunaan media sosial adalah:

1. Sarana Belajar, Mendengarkan, dan Menyampaikan

Beberapa platform media sosial yang sekarang tersedia bisa di dimanfaatkan untuk belajar, mulai dari mencari berbagai informasi, data, hingga isu yang sedang hangat di masyarakat.. Selain itu, media sosial juga dapat di gunakan sebagai sarana untuk berbagi informasi kepada para pengguna lainnya, baik teman di dunia nyata maupun teman di dunia maya.

2. Sarana Dokumentasi, Administrasi, dan Integrasi

Manfaat kedua dari penggunaan sosial media adalah untuk membuat dokumentasi, administrasi, hingga integrasi. Aplikasi media sosial pada dasarnya adalah sebuah tempat untuk menyimpan berbagai konten, mulai dari profil, informasi, reportase, kejadian, rekam peristiwa, sampai pada hasil riset-riset kajian. Tidak hanya itu, ini adalah beberapa manfaat dari media sosial, seperti membuat blog organisasi, melakukan integrasi berbagai lini pada suatu perusahaan, membagikan konten yang relevan sesuai target masyarakat, dan efektivitas operasional organisasi.

3. Sarana Perencanaan, Strategi, dan Manajemen

Manfaat yang ketiga dari media sosial adalah sebagai sarana perencanaan, strategi, dan manajemen. Di tangan para ahli manajemen dan marketing, media sosial bisa berubah menjadi salah satu senjata yang digunakan untuk meluncurkan perencanaan dan strateginya. Misalnya saja untuk melakukan promosi, menggaet pelanggan setia, menjajaki pasar, mendidik publik, hingga mengumpulkan tanggapan dari para konsumen atau masyarakat.

4. Sarana Kontrol, Evaluasi, dan Pengukuran

Terakhir, manfaat sosial media keempat adalah sebagai sarana kontrol, evaluasi, dan pengukuran. Media sosial sendiri dapat digunakan untuk melakukan kontrol terhadap organisasi sekaligus melakukan evaluasi, mulai dari perencanaan dan strategi. Selain itu, sosial media juga dapat mengolah data terkait tanggapan masyarakat dan pasar sebagai alat ukur, kalibrasi dan parameter untuk evaluasi.

Banyaknya pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang mencapai lebih dari 10 juta, mayoritas penggunanya adalah remaja maka dari itu dapat kita ketahui aplikasi TikTok telah menjadi primadona, dan digandrungi para milenial yang mayoritasnya adalah anak sekolah (Aji & Setiyadi, 2019). Pengaruh teknologi yang berkembang di era digital memunculkan

berbagai aplikasi basis internet yang memberikan berbagai peluang usaha (Afdhal, 2022). Digital marketing tidak akan memakan banyak biaya serta dapat menjangkau pembeli lebih luas dibanding dengan pemasaran konvensional. Digital marketing juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan seorang pebisnis online (Chandra and Andrew, 2019).

2. METODE

Metode yang di terapkan tim adalah pemberian materi yang berkaitan dengan pengetahuan tentang Penjualan melalui *E-Commerce* Tik Tok Shop. Pola komunikasi yang di lakukan oleh tim pengabdian adalah dengan penjelasan tatap muka. Pada kegiatan edukasi, penjelasan materi di lakukan dengan presentasi yang menggunakan power point agar para pelaku UMKM mudah memahami. Setelah memberikan penjelasan materi maka tim pengabdian juga memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk bertanya, sesi ini berguna untuk menjelaskan kembali apa saja yang belum di pahami oleh mereka. Setelah jawaban tim memuaskan maka tim melanjutkan kembali untuk pertanyaan berikutnya. Adapun materi yang di berikan mencakup pembelajaran tentang *E-Commerce* Tik Tok Shop.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat adalah usaha untuk menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat. Kegiatan tersebut harus mampu memberikan suatu nilai tambah bagi masyarakat, baik dalam kegiatan ekonomi, kebijakan, dan perubahan perilaku (sosial). UMKM masyarakat Pagedangan memberikan respon yang baik saat tim Pengabdian memberikan materi, hal ini di tunjukkan dengan antusiasme mitra. Walaupun banyak pertanyaan jika terdapat hal-hal yang kurang dipahami. Selain itu, tim Pengabdian juga mengajarkan para pelaku UMKM untuk membuka akun Media Soaial Tik Tok. Pemberian materi tentang Media Sosial Tik Tok dapat menambah pengetahuan mitra dan beberapa UMKM sudah mulai aktif menggunakannya dalam penjualan.



Gambar 1. Foto Kegiatan 1



Gambar 2. Foto Kegiatan 2

4. KESIMPULAN

PKM dengan judul Sosialisasi Media Sosial Tik Tok *Shop* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Masyarakat Pagedangan Tangerang Selatan merupakan Pengabdian yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat para ibu rumah tangga khususnya pelaku usaha UMKM mengenai pentingnya mendapatkan pengetahuan serta pelatihan dalam memaksimalkan penjualan secara online melalui gadget yang dimiliki serta merupakan wahana bagi dosen untuk mengabdikan keilmuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, M. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Tiktok Untuk Meningkatkan Penjualan Di Kampung Akrilik Padang", Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas, Vol.01 No. doi: <https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.544>.
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2019). APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN KETERAMPILAN BERSASTRA. Psikologi Perkembangan, VI(October 2013), 1-224.
- Chandra, S. and Andrew, R. (2019) „Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta Barat", Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis. doi: 10.24912/jmieb.v2i2.2980.
- Hardi, F.I. (2022) 'Peranan Advertising Dengan Tiktok Shop Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi', Skripsi [Preprint]
- Ismail, J. Et Al. (2023) 'Pelatihan E-Commerce Tiktok Shop Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Pada Generasi Z Di Desa Ayumolingo', Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas [Preprint]. Available At: <https://doi.org/10.52250/P3m.V8i1.697>
- Pamungkas, R. T. and Djulaeka (2019) „Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu Yang Diunggah Pada Aplikasi Tiktok", Simposium Hukum Indonesia.