

Pelatihan Pemasaran Online Produk Jangek Uda Sap Rawa Makmur Kota Bengkulu dengan Menggunakan media Sosial Tiktok

Kamelia Astuty ¹⁾; Nevianti Kristina ²⁾, Abdul Rahman ³⁾

^{1,2)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ Kamelia@unived.ac.id ; ² nevianti123@gmail.com , ³ abdulrahman@unived.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [06 Agustus 2023]

Revised [16 September 2023]

Accepted [23 September 2023]

KEYWORDS

Pemasaran Online,
Jangek, Tiktok

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



ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar pelaku UMKM UdaSap dapat memahami dan mempraktikkan pemasaran secara online produk jangek yang dihasilkan untuk meningkatkan penghasilan rumah tangga. Pelatihan pemasaran online ini diikuti oleh Uda Sap dan istri yang merupakan pelaku. Pelatihan dilakukan dengan memberikan edukasi dan sosialisasi tentang pemasaran online khususnya melalui media sosial Tiktok yang kemudian dilanjutkan dengan eksplorasi dan praktik pemasaran online melalui media sosial tersebut. Output yang dihasilkan yaitu peserta pelatihan memiliki akun Tiktok dan yang dimulai dari pendaftaran akun di Tiktok dan memasukan produk yang akan dijual. Dalam pemasaran produk Jangek Uda Sap masih dilakukan secara konvensional karena masih terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran online. Namun melalui pelatihan yang diberikan terdapat perkembangan pemahaman terhadap pentingnya pemasaran online. Selain itu, terdapat pula perubahan pola pikir mengenai pemasaran online yang didukung dengan mulai digunakannya akun tiktok shop untuk pemasaran kerupuk Jangek uda Sap. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini uda Sap selaku pelaku UMKM dapat memasarkan produk hasil UMKM nya melalui media sosial dan dapat meningkatkan penjualan

ABSTRACT

This community service is carried out with the aim of enabling UdaSap MSME players to understand and practice online marketing of the jangek products they produce to increase household income. This online marketing training was attended by Uda Sap and his wife who were the perpetrators. Training is carried out by providing education and outreach about online marketing, especially through social media Tiktok, which is then continued with exploration and practice of online marketing through social media. The resulting output is that the training participant has a Tiktok account and starts with registering an account on Tiktok and entering the product to be sold. The marketing of Jangek Uda Sap products is still carried out conventionally due to limited knowledge about online marketing. However, through the training provided there is a development of understanding of the importance of online marketing. Apart from that, there is also a change in mindset regarding online marketing which is supported by the start of using TikTok shop accounts for marketing Jangek uda Sap crackers. It is hoped that with this training, Sap as an MSME actor can market his MSME products through social media and can increase sales.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian rakyat yang sangat tangguh dan memberikan kontribusi signifikan yang sangat besar dan dekat dengan rakyat kecil di Indonesia. Persaingan dalam bisnis yang semakin kompetitif, menjadikan UMKM harus cermat mengambil peluang yang dibutuhkan masyarakat, salah satunya adalah bagaimana UMKM mampu memberikan terobosan dengan menggebrak roda perekonomian melalui digital marketing management sehingga mampu meningkatkan penjualan melalui digital marketing guna memudahkan UMKM dalam memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya melalui media sosial dengan membuat konten pemasaran yang menarik misalnya dengan berjualan di berbagai E-commerce salah satunya dengan menggunakan aplikasi tiktok.

Digital marketing telah menjadi salah satu strategi yang digencarkan UMKM untuk memasarkan produknya. Heidrick & Struggles (2018:9) menyebutkan digital marketing menggunakan perkembangan dunia digital untuk melakukan periklanan yang tidak digembar-gemborkan secara langsung. Media periklanan yang dahulunya berbentuk konvensional seperti melalui media koran, majalah, televisi, dan radio sudah mulai berubah ke arah digital karena perilaku penggunaan media yang mempengaruhi perkembangan digital marketing. internet tentu berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran di Indonesia beralih dari yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Di mana digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan potensial untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet.

Proses pemasaran barang dan jasa dengan memanfaatkan perkembangan TI, dalam hal ini internet, dikenal dengan istilah pemasaran online. Hal ini sejalan dengan pendapat Daniawati (2017: 64) yang menyatakan bahwa "pemasaran online adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan

menggunakan media internet. Sesuai perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, tapi juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas protokol internet.

Media sosial umumnya didefinisikan sebagai situs web maupun aplikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat berbagai konten, ataupun berpartisipasi di dalam jejaring sosial. Ketika membicarakan mengenai media sosial, seringkali yang terpikir adalah jaringan sosial yang sudah terkenal seperti Tiktok, Instagram, Facebook dan beberapa yang lainnya. Namun, beberapa jaringan sosial tersebut baru hanya sebagian kecil dari saluran yang lebih besar lagi (Kingsnorth, 2016:98)

TikTokShop adalah platform pemasaran digital yang dapat membantu spesialis pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman pelanggan, mempercepat konversi, dan menyediakan analisis yang terperinci untuk meningkatkan strategi pemasaran. Dengan menggunakan TikTokShop, spesialis pemasaran dapat memanfaatkan fitur-fitur seperti chat dan komentar, fitur checkout terintegrasi, dan laporan analisis yang mendetail untuk meningkatkan pemasaran di TikTok.

Usaha jangek Uda Sap merupakan salah satu UMKM yang ada dikota Bengkulu beralamat di Jalan Tanggul 2 Rawa Makmur Kecamatan Muara Bangka Hulu Kota Bengkulu. Usaha Jangek uda Sap ini memproduksi kerupuk jangek atau kerupuk kulit sapi, yang diolah sendiri mulai dari bahanbaku kulit sapi kemudian diolah menjadi kerupuk jangek atau kerupuk kulit. Setelah itu dijual ke pasar dan dipasarkan ke tetangga. Selama ini uda sap belum pernah melakukan pemasaran kerupuk jangek secara online karena metode pemsaran yang dilakukan oleh uda Sap baru dengan cara memasarkan dari mulut ke mulut saja. Oleh karena itu, program Pengabdian Masyarakat berupa Pelatihan Pemasaran Online jangek Uda Sap ini diharapkan dapat menjadi solusi alternatif dalam membantu dalam pemasaran produk UMKM supaya dapat lebih meningkatkan penjualan.

METODE

Tahapan Kegiatan Pengabdian

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan, dimana penulis mencoba mendiskusikan pengetahuan tentang pemasaran online kepada Uda Sap dan memberikan informasi awal pengenalan tentang pemasaran digital. Hasil diskusi lalu dikoordinasikan kembali dengan pihak-pihak terkait sehingga dapat dilakukan perencanaan pelaksanaan dalam bentuk pelatihan pemasaran online.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap Pelaksanaan dimana penulis melihat secara langsung Praktek pembuatan kerupuk jangek uda Sap dari proses pembuatan sampai pembuatan akun pemasaran di tiktokshop dan mengiklankan produk jangek uda sap di tiktok shop

3. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dimana penulis akan melihat hasil dari pelatihan dan praktek penerapan pemsaran secara online di media tiktok. Metode yang digunakan dalam tiga tahapan ini yaitu metode Entrepreneur Education praktek observasi, wawancara dan pelatihan pembuatan pemasaran online di media sosial tiktok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

Pada pengabdian kepada masyarakat ini, penulis mengedukasi cara pemasaran online produk olahan pangan bagi pelaku UMKM agar penjualan produk dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Selain itu, pelaku UMKM juga dilatih untuk membuat konten iklan yang menarik sehingga pemasaran online lebih efektif. Teori pemasaran online dan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi online menjadi dasar dalam memberikan edukasi kepada para pelaku UMKM.

Pelatihan pemasaran online ini penulis lakukan di rumah uda Sap di Rawa Makmur kota Bengkulu yang memiliki usaha kerupuk jangek. Adapun materi yang diberikan pada saat pelatihan adalah sebagai berikut:

1. Proses pembuatan kerupuk Jangek
2. Pengenalan media sosial tiktok
3. Pembuatan akun pemasaran kerupuk jangek uda Sap di media sosial Tioktok

Proses Pembuatan Kerupuk jangek :

1. Kulit sapi dari RPH (Rumah Pemotongan Hewan) hal yang harus di lakukan ialah membersihkan kulit sapi menggunakan air bersih
2. Siapkan Air lalu rebus kulit sapi menggunakan tangki drum selama kurang lebih 30 menit sambil di aduk
3. Bersihkan bulu sapi dengan menggunakan pisau hingga bersih, untuk 1 lembar kulit sapi dengan berat 35-45 kg proses pembersihan bulunya membutuhkan waktu kurang lebih 1 jam
4. Kemudian kulit sapi di potong menjadi dua bagian lalu dibersihkan menggunakan air, Kulit sapi di rebus kembali hingga matang untuk kulit sapi muda umur sapi 3-4 th di rebus selama dua jam dengan api yang besar untuk kulit sapi tua umur sapi 6-8 th proses perebusannya dapat memakan waktu hingga satu hari dengan api yang besar
5. Setelah matang kulit sapi di tiriskan dan di dinginkan dengan cara di gantung,
6. Kemudian lakukan pemisahan antara lemak dengan kulit sapi serta bulu sapi yang masih tersisa setelah itu, kulit sapi di potong bentuk dadu sesuai permintaan konsumen
7. Setelah dipotong kemudian di jemur dibawah sinar matahari jika cuaca cerah proses penjemurannya dilakukan selama 2 hari apabila cuaca tidak cerah proses penjemurannya dilakukan selama 3 hari hingga kulit sapi kering
8. Setelah Kulit sapi kering, rendam dengan air cuci sampai bersih kemudian diberi bumbu jahe, bawang merah, bawang putih, dan garam secukupnya
9. Di jemur selama satu setengah hari sambil di bolak balik hingga kering
10. Setelah kering masukan ke dalam wadah untuk proses penggorengan sediakan dua kompor dan dua wajan besar, wajan pertama panaskan minyak dengan api besar masukan kulit sapi tunggu hingga mekar kecil lalu matikan api untuk wajan kedua panaskan minyak dengan api sedang masukan kulit sapi dari kompor satu ke kompor dua goreng hingga matang dan mekar lalu angkat dan tiriskan proses pembuatan kerupuk jangek selesai kerupuk jangek siap di pasarkan

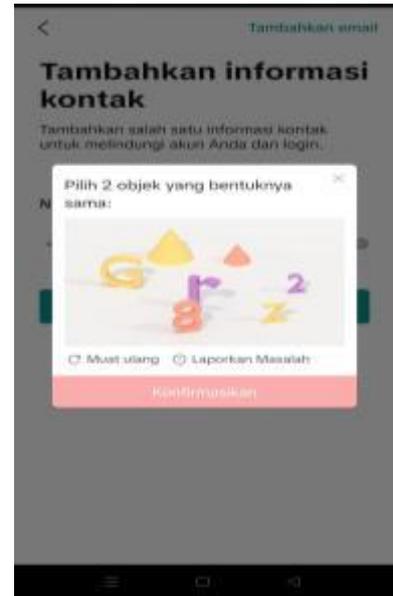
Gambar 1. Proses Pembuatan Kerupuk Jangek



Menurut penuturan uda Sap, permasalahan yang dihadapi ketika akan melakukan pemasaran online adalah kurangnya pengetahuan tentang pemasaran online dan kurangnya pemahaman pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk yang dihasilkan. Dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, dalam upaya membantu uda Sap dalam pemasaran online produk kerupuk jangek, penulis melakukan beberapa hal sebagai berikut:

- a. Melatih langkah-langkah pembuatan akun Tiktok;
- b. Melatih cara membuat konten tiktok yang menarik;
- c. Melatih cara memasukan foto-foto produk

Proses daftar akun Tiktok Shop



Verifikasi Dokumen

Informasi kontak tambahan
TikTok terus berupaya melindungi privasi data Anda. Oleh karena itu, informasi kontak tambahan hanya akan digunakan sebagai metode kontak cadangan. Informasi tersebut tidak dapat digunakan untuk login.

Nomor HP
+62 | Masukkan no. telepon

Kode verifikasi
Masukkan kode verifikasi [Kirim kode](#)

Email
 Gunakan no. telepon berikut
 Gunakan no. telepon lainnya
Email: m***7@gmail.com

Dapatkan informasi tentang tren, berita, promosi, rekomendasi dan pembaruan akun dari TikTok Shop

[Simpan](#)

Verifikasi Dokumen

Informasi tersebut tidak dapat digunakan untuk login.

Nomor HP
 Gunakan no. telepon berikut
 Gunakan no. telepon lainnya
Nomor HP: +6283140277219

Email
 Gunakan no. telepon berikut
 Gunakan no. telepon lainnya
Email: m***7@gmail.com

Dapatkan informasi tentang tren, berita, promosi, rekomendasi dan pembaruan akun dari TikTok Shop

[Simpan](#)

[Simpan sebagai draf](#)

Informasi bisnis tidak dapat diubah setelah dikirim.
Jika ini bukanlah akun yang ingin Anda gunakan, harap [logout](#).

Konfirmasi

Baca dengan teliti karena informasi berikut tidak dapat diubah setelah dikirim.

Informasi bisnis
Apa Jenis Usaha Anda?
Bisnis perorangan
Nama toko
Kerupuk Jangek Original

Informasi Pemilik Bisnis
Nama Perwakilan Hukum
SLAMET SURANTO
Nomor KTP
1771071010820001

[Konfirmasi](#)

Lengkapi data alamat

Pengaturan

- Informasi akun
- Informasi toko
- Informasi bisnis
- Informasi pajak
- Pengiriman
- Pembayaran
- Alamat gudang**
- Mode hari libur
- Akun TikTok yang ditautkan
- Pengaturan Chat
- Push notif

Baranda | Draf | Pengaturan

Tambah alamat

Alamat gudang/Alamat toko

Nama Kontak
Masukkan Nama Kontak

Nomor telepon
+62 |

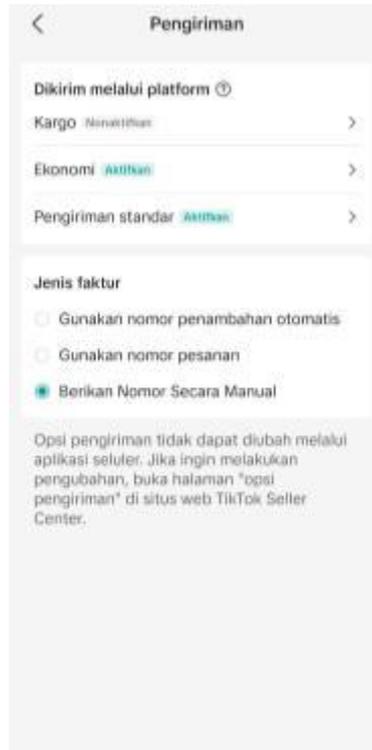
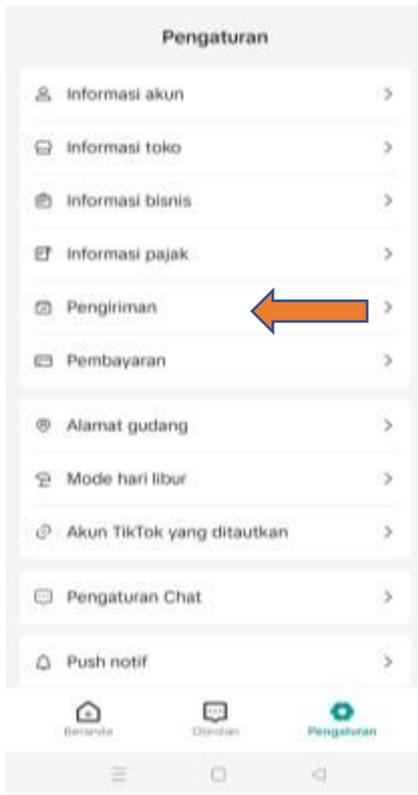
Alamat
Masukkan alamat

Area
Pilih area

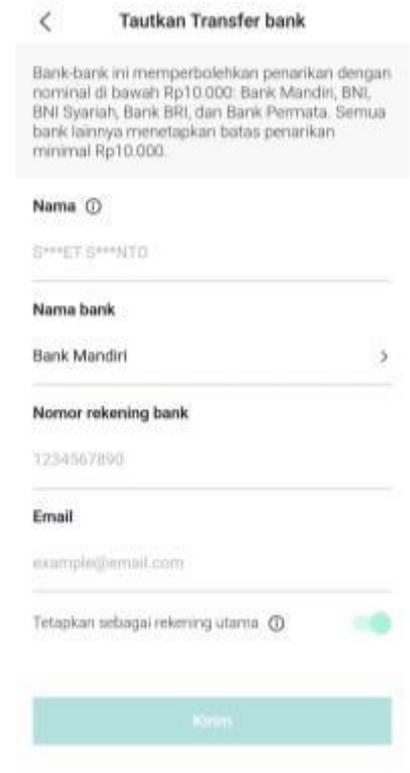
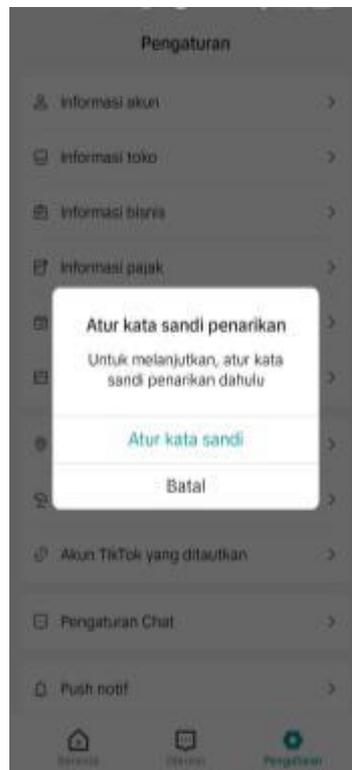
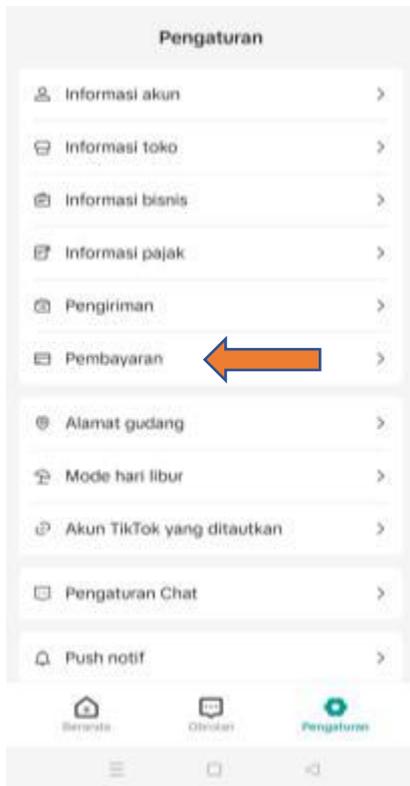
Tetapkan sebagai alamat pengirim

[Simpan](#)

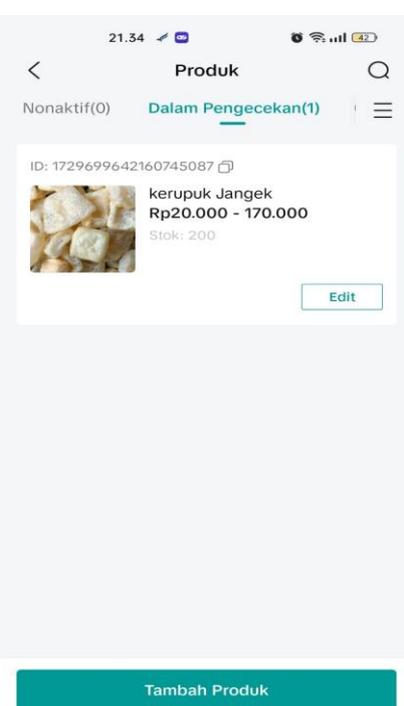
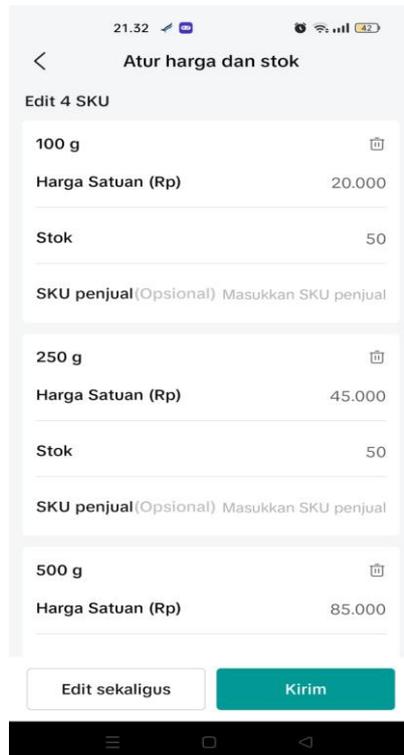
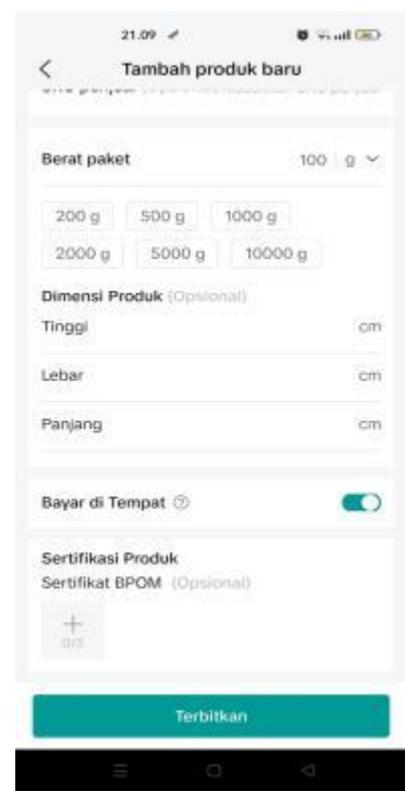
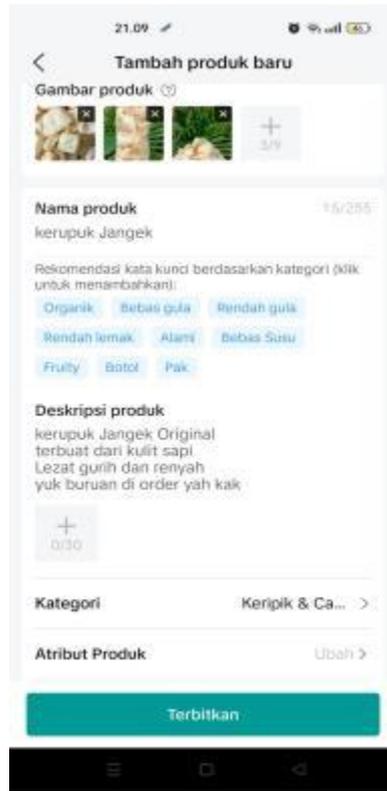
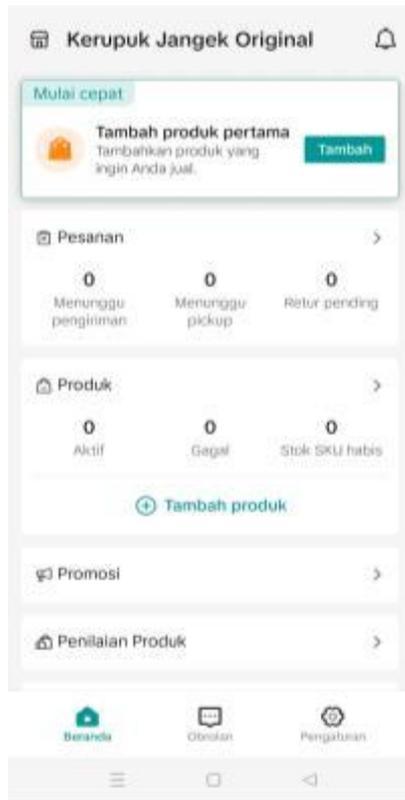
Atur pengiriman

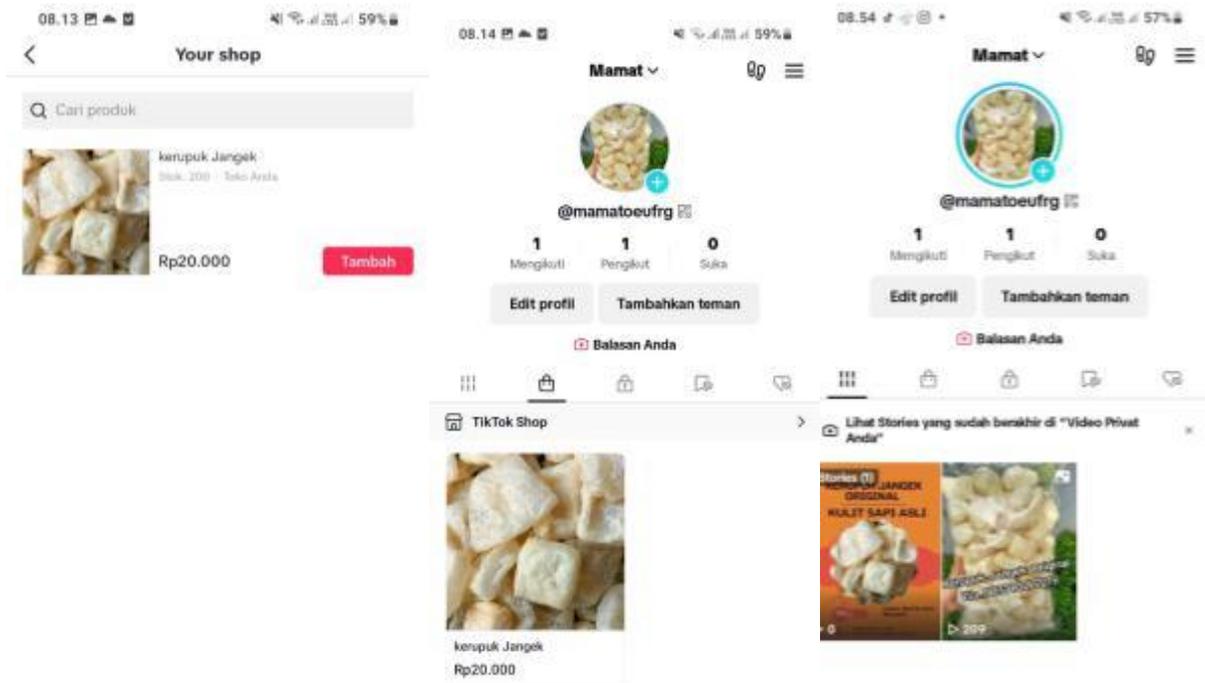


Atur Pembayaran



Cara menambahkan produk dari tiktok shop kea akun tiktok





KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam pemasaran produk Jangek Uda Sap masih dilakukan secara konvensional karena masih terbatasnya pengetahuan tentang pemasaran online. Namun melalui pelatihan yang diberikan terdapat perkembangan pemahaman terhadap pentingnya pemasaran online. Selain itu, terdapat pula perubahan pola pikir mengenai pemasaran online yang didukung dengan mulai digunakannya akun tiktok shop untuk pemasaran kerupuk Jangek uda Sap. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini uda Sap selaku pelaku UMKM dapat memasarkan produk hasil UMKM nya melalui media sosial dan dapat meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dan mendukung kegiatan pengabdian ini, diantaranya:

1. Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen Bengkulu.
2. Uda Sap pemilik usaha jangek uda Sap

DAFTAR PUSTAKA

- Dianawati, A. (2017). *Rahasia Sukses Menjadi Jutawan*. Jakarta: Media Kita
- Heidrick, & Struggles. (2018). *Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Philadelphia: Kogan Page