
PELATIHAN DAN PEMBEKALAN DIGITAL MARKETING MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENJUALAN DAN PENGEMBANGAN SDM PADA UMKM SRIKRISNA BALI SILVER

I Made Sudiartana^{1,*}, Kadek Jyoti Dewi Narayani²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: artaguz85@unmas.ac.id

ABSTRAK

Penerapan pelatihan dan pembekalan digital marketing melalui media sosial TikTok dalam rangka meningkatkan penjualan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) pada UMKM Srikrisna Bali Silver, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kerajinan perhiasan perak. Dalam era digital saat ini, TikTok telah menjadi platform yang efektif untuk pemasaran produk dan meningkatkan jangkauan audiens. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran digital, termasuk pembuatan konten kreatif, pemanfaatan fitur TikTok, serta teknik engagement audiens yang efektif. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan SDM UMKM Srikrisna Bali Silver dalam memanfaatkan TikTok untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk memperkuat keterampilan digital SDM UMKM sebagai langkah strategis dalam pengembangan usaha. Hasil yang diharapkan dari pelatihan ini adalah peningkatan visibilitas online, optimasi penjualan, dan pengembangan kompetensi digital yang berkelanjutan bagi UMKM.

Kata Kunci: Pelatihan Digital Marketing, Media Sosial TikTok, Peningkatan Penjualan, Pengembangan SDM, UMKM, Strategi Pemasaran Digital.

ANALISIS SITUASI

Sektor UMKM adalah pendorong utama economic growth dinegara Indonesia. Hal tersebut dikarenakan keberadaan UMKM telah banyak menyediakan entrepreneurial resources dan employment opportunities bagi masyarakat. Oleh karena itu pelaku bisnis UMKM Indonesia harus terus memperbaiki diri dengan menciptakan daya saing yang global maupun international agar tetap mempertahankan eksistensinya didunia bisnis (Maulina, Sari 2017).

Pada masa pandemik Covid-19 adalah masa dimana awal mulanya semua sektor usaha mengalami penurunan, mulai dari omzet, kreatif dan inovasi dalam produk, packing, serta upaya dalam melakukan promosi untuk mengembangkan usaha di Indonesia. Bahkan terdapat beberapa UMKM yang memberhentikan pegawainya karena tidak sanggup untuk menggaji. Selain pemberhentian dari pemilik usaha, juga pemberhentian kerja yang berasal dari pegawai itu sendiri, karenakurangnya jam kerja

yang menyebabkan berkurangnya gaji sehingga tidak bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari pegawai menurut pendapat (Seprizarty & Mulyadin 2021).

Terjadinya penurunan pendapatan di masa pandemi, peran promosi menjadi sangat penting. Promosi merupakan salah satu strategi untuk mencegah penurunan penjualan yang tajam. Hal terpenting untuk memperkenalkan suatu produk dan juga untuk menarik konsumen agar membeli produk tersebut adalah promosi karena konsumen akan mengetahui lebih banyak tentang suatu produk dari suatu promosi. Promosi adalah suatu cara berkomunikasi dengan tujuan menyebarkan informasi, hanya meningkatkan pelanggan, dan mengundang pasar dan perusahaan sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk membeli dan membuat konsumen tetap tertarik dengan produk atau jasa yang diberikan (Kristia & Harti, 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran paling efektif untuk bisnis dari berbagai sektor. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok menawarkan peluang besar bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, membangun merek, dan meningkatkan penjualan. TikTok, dengan algoritma canggih dan fitur-fitur interaktifnya, telah menunjukkan pertumbuhan yang luar biasa dan menjadi platform pilihan bagi banyak bisnis untuk berinteraksi dengan konsumen, terutama di kalangan generasi muda.

Srikrisna Bali Silver adalah toko yang menjual perhiasan alpaka silver yang berlokasi di pusat kota Denpasar, tepatnya di Jl. WR Supratman No.208, Kesiman Petilan, Kecamatan Denpasar Timur, Kota Denpasar. Meskipun memiliki produk berkualitas tinggi dan desain yang menarik, Srikrisna Bali Silver menghadapi beberapa tantangan:

1. Kompetisi yang Ketat: Pasar perhiasan penuh dengan kompetitor, baik lokal maupun internasional, yang menggunakan berbagai strategi pemasaran digital untuk menarik pelanggan.
2. Perubahan Perilaku Konsumen: Konsumen modern lebih cenderung mencari dan membeli produk melalui platform online, termasuk media sosial.
3. Keterbatasan Pemasaran Tradisional: Metode pemasaran tradisional yang digunakan sebelumnya mungkin tidak lagi efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan muda.

Peluang Pengembangan Melalui TikTok. TikTok menawarkan peluang besar untuk mengatasi tantangan tersebut melalui:

1. Jangkauan Audiens yang Luas: Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, TikTok memiliki potensi besar untuk meningkatkan eksposur merek Srikrisna Bali Silver.
2. Konten Kreatif dan Interaktif: Fitur-fitur TikTok memungkinkan pembuatan konten video pendek yang menarik dan kreatif, yang dapat menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi.
3. Viral Marketing: Algoritma TikTok mendukung konten yang viral, memungkinkan video yang menarik untuk dilihat oleh jutaan pengguna dalam waktu singkat.

Selain peningkatan penjualan, penting bagi Srikrisna Bali Silver untuk mengembangkan keterampilan staff mereka dalam penggunaan media sosial, khususnya TikTok.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Srikrisna Bali Silver yaitu :

1. Penurunan penjualan beberapa bulan yang lalu
2. Menurunnya kualitas SDM pada UMKM Srikrisna Bali Silver
3. Bagaimana menemukan media promosi yang tepat bagi UMKM Srikrisna Bali Silver

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang dapat diberikan untuk dua permasalahan diatas yaitu dengan cara membuat program kerja sebagai berikut :

1. Mengevaluasi setiap review dan complain dari setiap konsumen pada media sosial guna mengembangkan produk yang dijual dan menarik hati konsumen dalam membeli produk.
2. Meningkatkan soft skill editing, dan peningkatan *customer service* kepada pegawai yang ada di UMKM Srikrisna Bali Silver.
3. Meningkatkan inovasi media promosi melalui tiktok di UMKM Srikrisna Bali Silver.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan adalah pelatihan dan promosi. Menurut (Mondy, 2008) pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang guna memberi pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan para pembelajar untuk dapat melaksanakan pekerjaan mereka pada saat ini. Promosi menurut (Novak, 2011) adalah suatu sistem komunikasi atau serangkaian metode untuk menyampaikan informasi tentang produk, layanan dari sebuah perusahaan yang tersedia bagi konsumen pada umumnya dan lingkungan secara luas.

Pelatihan dan promosi dilakukan melalui kegiatan:

1. Pemberian pelatihan mengenai soft skill editing, dan *customer service* kepada pegawai yang ada di UMKM Srikrisna Bali Silver.
2. Menegelola dan mengaktifkan kembali media promosi melalui media social tiktok yang sebelumnya sudah ada.
3. Memantau dan menanggapi ulasan pelanggan. Proses ini dimulai dengan memantau ulasan dan komentar yang masuk pada platform Tiktok, Shoppe dan Google Maps Srikrisna Bali Silver. Memantau dan menanggapi ulasan dari pelanggan juga sangat penting untuk mengembangkan produk yang dijual dan menarik hati konsumen dalam membeli produk

Berikut merupakan realisasi dari hasil kegiatan ini dalam bentuk tabel:

Tabel 1. Spesifikasi Hasil Kegiatan

No	Jenis Proker	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Memaksimalkan Potensi SDM Melalui Media Digital Demi Kemajuan UMKM Srikrisna Bali Silver	1) Memberikan pelatihan kepada karyawan berupa editing, customer service 2) Pembuatan video promosi singkat dan detail mengenai produk yang dijual yang menarik hati konsumen melalui flatform tiktok. 3) Mengetahui setiap review dan complain dari setiap konsumen pada media sosial guna mengembangkan produk yang dijual dan menarik hati konsumen dalam membeli produk.	100 Persen 100 Persen 100 Persen

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Penyempurnaan laporan dengan pelatihan dan pembekalan digital marketing melalui media sosial tiktok sebagai upaya peningkatan penjualan dan pengembangan SDM pada UMKM Srikrisna Bali Silver telah berhasil disempurnakan melalui adanya pengenalan mengenai materi media digital, yaitu diadakannya pelatihan softskill, editing, dan customer service karyawan melalui media promosi tiktok guna meningkatkan kunjungan pada Perusahaan UMKM Srikrisna Bali Silver.

1. Observasi Dan Persiapan Pelaksanaan Program Kerja



2. Sosialisasi Terkait Dengan Digital Marketing



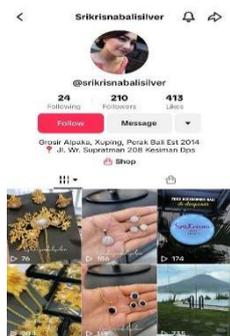
3. Memberikan Pelatihan Merekam Video Dan Editing Sederhana



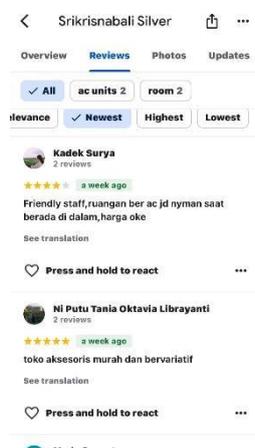
4. Hasil Dari Video Yang Sudah Di Editing



5. Beberapa Video Yang Sudah Diupload Di Akun Tiktok Srikrisna Bali Silver



6. Review Atau Ulasan Yang Masuk Di Google Maps



KESIMPULAN

Pelatihan dan pembekalan digital marketing melalui TikTok telah berhasil meningkatkan keterampilan SDM UMKM Srikrisna Bali Silver dalam pemasaran digital. Implementasi strategi TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Tantangan yang dihadapi dapat diatasi dengan solusi yang tepat, dan terus mengikuti tren TikTok serta pelatihan lanjutan disarankan untuk hasil yang lebih optimal.

SARAN

1. Memanfaatkan TikTok: UMKM, seperti Srikrisna Bali Silver, harus memanfaatkan TikTok untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan visibilitas merek melalui konten video kreatif yang dapat viral.
2. Pengembangan Keterampilan Digital: Penting untuk melatih staf dalam penggunaan media sosial dan pemasaran digital agar dapat mengoptimalkan platform-platform ini dalam strategi promosi mereka.
3. Inovasi dan Adaptasi: UMKM perlu terus berinovasi dalam produk dan metode pemasaran untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen dan tetap kompetitif di pasar global.
4. Peningkatan Ulasan Positif: Memantau dan menanggapi ulasan dari pelanggan juga sangat penting untuk mengembangkan produk yang dijual dan menarik hati konsumen dalam membeli produk.
5. Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan: Memastikan layanan pelanggan yang responsif dan memuaskan akan membantu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan mendorong ulasan positif serta rekomendasi dari mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Kristia, S.E. & Harti. 2021. Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM Dm-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428–1438.
- Maulina, E., & Sari, M. N. 2017. Policies and Business Strategies of Women Entrepreneurs: Study on Beauty Business Nadisse Salon. *AdBispreneur*, 2(1), 67- 78 <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i1>
- Novak, D. (2011). *Promotion As Instrument of Marketing Mix. Engineering Management And Comppetitiveness*, 2011,510.
- Septrizarty Rika., & Mulyadin Asrul. 2021. Dampak covid19 terhadap manajemen operasional UMKM sekitar kampus UNiversitas Negeri Padang. *Ensiklopedia Sosial Review*. vol3. nomor3.346-349 <https://doi.org/10.33559/esr.v3i3.1082>.