

PENDAMPINGAN VIDEO KONTEN MARKETING DI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM CITA MANDIRI (KRIPIK KENTANG) KOTA BATU

Fabi Marulita Putri Basuki*, Eka Farida

Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia

*Koresponden penulis: fatbafaki@gmail.com

ABSTRAK

Dalam keikutsertaan mendukung pengembangan dan kemajuan UMKM di Indonesia khususnya UMKM kripik kentang, kami ingin membantu dan melakukan pendampingan kepada para penggiat UMKM agar bisa bersaing dan mengikuti perkembangan zaman. Kegiatan yang kami lakukan adalah dengan tujuan untuk melakukan pendampingan dalam pembuatan video marketing guna meningkatkan penjualan agar bisa meningkatkan perekonomian. Metode pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing ini meliputi persiapan alat dan bahan masakan, perekaman video juga pengambilan foto, lalu proses pengeditan video juga proses akhirnya yakni pengunggahan video ke sosial media. Dengan pelatihan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya jual kripik kentang dan dapat dikenal luas produk tersebut kepada masyarakat, karena video konten yang menarik tersebut ternyata merupakan bagian penting dalam pemasaran produk tersebut juga mengembangkan kreativitas para karyawan bahkan pemilik UMKM Cita Mandiri.

Kata Kunci:

pendampingan; video konten marketing; kripik kentang

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan banyak pulau dan beragam warisan budaya dan adat istiadat, Indonesia mempunyai potensi besar untuk mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dan merupakan salah satu bagian sektor perekonomian yang memegang peranan penting dalam pengembangan UMKM. Dan usaha menengah. Di era digitalisasi yang pesat saat ini, sudah menjadi syarat penting bagi usaha kecil dan menengah untuk bersaing juga bertahan dengan lebih kompetitif di pasar global dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada.

Dalam penelitian "Analisa Manajemen Kas Keuangan Desa Berbasis Digital Ekonomi Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) & Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kabupaten Bogor", Sri Setiawati (2018) berpendapat bahwa pada pemberdayaan ekonomi rakyat, khususnya di konteks memajukan bisnis Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan Industri Kecil dan Menengah (IKM) itu perlu adanya pertimbangan mengenai pengelolaan uang, strategi, juga konsep serta model kerjasama yang sekiranya dapat menguntungkan kedua pihak yakni bagi kreditur juga bagi debitur yang tentunya hal ini mestilah difasilitasi tak lain dan tak bukan oleh Pemerintah.

Untuk mendukung pertumbuhan dan kemajuan UMKM di Indonesia, kami berkomitmen memberi dukungan juga bantuan kepada para penggiat UMKM. Tujuan utama kami tentunya agar penggiat UMKM dapat bersaing juga bertahan di perubahan zaman yang serba digital ini. Untuk menunjukkan secara nyata komitmen tersebut, kami memperkenalkan program pengabdian berupa adanya layanan “Pendampingan Pembuatan Video Konten Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Cita Mandiri Kota Batu (Kripik Kentang)” yang dirancang juga dilaksanakan.

Dalam penelitian “Regional Economy Management: What Technologies Evidence Tell, Prospects and Challenge for Indonesia”, Sinulingga (2022) mengungkapkan fakta bahwa munculnya berbagai bahkan jutaan aplikasi di tingkat makro akibat kemajuan teknologi memainkan peran penting dalam mendorong pembangunan ekonomi. Menurut prediksi, kemajuan teknologi tersebut diperkirakan berkontribusi bahkan lebih dari 65 persen pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut juga terhadap ekonomi di era global.

Berkat perkembangan teknologi persebaran informasi semakin cepat, contohnya berinteraksi dengan media sosia. Dalam penggunaan media sosial, terutama TikTok, telah mengubah stereotip dalam pemasaran dan hubungan antara penjual dengan calon pembeli. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, TikTok tentu saja secara tidak langsung menawarkan potensi pasar yang besar dan baik bagi para penjual, hal ini membuat aplikasi ini menarik untuk digunakan sebagai media promosi produk dan layanan dari UMKM dengan cara yang lebih kreatif juga modern dan inovatif.

Tujuan adanya PKM ini yakni melakukan kegiatan pendampingan kepada umkm terkait pembuatan video konten marketing kepada UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang), sehingga umkm tersebut dapat lebih berwawasan tentang pemanfaatan media sosial ini sebagai alat untuk membantu tercapainya pasar yang lebih luas, lalu mengenalkan produk atau layanan yang ditawarkan dengan lebih efektif juga sangat efisien, dan tentu saja jika kedua hal itu tercapai maka tingkat penjualan pun akan meningkat.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 10 Juni 2023 di UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) yang berlokasi di Jalan trunojoyo No. 9D Junrejo – Kota Batu. Berikut metode pelaksanaan pada kegiatan pendampingan pembuatan video marketing, yakni: persiapan alat juga bahan, lalu perekaman video juga pengambilan foto, kemudian ada proses editing video hingga proses akhir yakni pengunggahan hasil editing video tersebut ke sosial media.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tik Tok merupakan sebuah platform media sosial dengan fasilitas rekam juga editing serta publikasi video bagi penggunanya. Pada awal kemunculan aplikasi asal China ini, durasi konten video yang bisa diunggah hanya terbatas

maksimal selama satu menit saja. Namun, pada tahun berikutnya tepatnya di tahun 2021, TikTok memperpanjang durasi video yang bisa diunggah menjadi maksimal selama tiga menit. Kemudian, di tahun 2022, TikTok kembali memperpanjang maksimal durasi unggah video menjadi sepuluh menit. Aplikasi TikTok dipilih sebagai media promosi UMKM CITA MANDIRI (Kripik Kentang) dikarenakan aplikasi ini merupakan aplikasi yang sangat populer di kalangan masyarakat. Mempromosikan produk UMKM melalui aplikasi TikTok diharapkan akan lebih meluaskan pangsa pasar. Kegiatan pendampingan ini dimulai dengan pembuatan akun TikTok dengan nama Cita Mandiri. Setelah pembuatan akun selesai, kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan konten video.

Pelaksanaan pendampingan pembuatan video marketing UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 10 Juni 2023 di UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) yang berlokasi di Jalan trunojoyo no.9D Junrejo – Kota Batu.

Persiapan alat dan bahan

Tahap pelaksanaan produksi dilaksanakan mulai pukul 07.00 WIB, pertama disiapkan peralatan dan bahan baku produksi seperti kentang alat kupas, bak air, gentong, pasrah kentang, kompor, gas, dan lain sebagainya. Proses Produksi Kripik Kentang dengan cara: a) Cuci kentang yang sudah disiapkan; b) Kupas kentang lalu di rajang menggunakan alat perajang, lalu hasil rajangan direndam air kapur selama 30 menit, lalu diangkat dan dicuci Kembali; c) Setelah dicuci bersih, hasil kentang rajangan tasi di rebus selama 15menit, lalu ditiriskan dan direndam air dingin semalam; d) Keesokan harinya hasil rebusan kentang dicuci bersih lalu dijemur; e) Setelah dalam bentuk kering, kripik kentang direndam bumbu selama 30 menit lalu di jemur kembali; f) Setelah kering kripik kentang siap di goreng, dipacking, dan dijual.

Pengambilan Video dan Foto

Pada tahap ini, kami mengambil cuplikan video dan foto Ketika proses produksi dimulai.



Gambar 1. Proses Produksi Kripik Kentang

Proses Pengeditan Video dan Mengunggah Hasil Editannya

Selanjutnya ketika sudah mengambil video-video dan foto, tahap selanjutnya yaitu memilah cuplikan yang bagus untuk di edit menjadi video marketing yang menarik. Dan tahap akhir yaitu mengunggah hasil video tersebut ke akun media social seperti Tiktok dan Instagram. Untuk video bisa di akses di <https://vt.tiktok.com/ZSN53tq82/>



Gambar 2. Logo UMKM Cita Mandiri Kripik Kentang

Melalui promosi dengan acara membuat video konten marketing di social media memberikan hasil yang membuat penjualan menambah, karena konsumen banyak mendapatkan informasi mengenai UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) melalui social media. Diperoleh untuk logo dari UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) sebagai berikut guna untuk menunjukkan lambang terhadap usaha ini agar selalu diingat konsumennya.



Gambar 3. Packaging Kripik Kentang

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) Kota Batu sampai saat ini, dapat saya simpulkan bahwa dalam membangun usaha perlu adanya

pemasaran yang kreatif sehingga dapat menarik perhatian pembeli seperti halnya promosi yang dilakukan dengan video marketing di sosial media sebagai cara menarik konsumen membeli produk di UMKM Cita Mandiri (Kripik Kentang) atau bahkan melakukan pembelian ulang, bahkan menyebarluaskan informasi terkait produk kripik kentang tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggriana, R., N. dan B. Santoso. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan Jasa Ojek Online "Om-Jek". Jember. Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia. 7(2): 137-156.
- Putro, Shandy Widjoyo, dkk. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2 No.1, 1-9.
- Tjiptono, Anastasia Diana (2020). Pemasaran. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Sinulingga. (2022). Regional Economy Management: What Technologies Evidence Tell, Prospects and Challenge for Indonesia
- Sri Setiawati. (2018). Analisa Manajemen Kas Keuangan Desa Berbasis Digital Ekonomi Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) & Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kabupaten Bogor.
- Delicia, Cindy, and Sinta Paramita. 2022. "Konten Tiktok Untuk Meningkatkan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic Dan Agate Deluxe)." Koneksi 6(1): 218