



PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SHOP SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PADA RUMAH PANGAN LOKAL INDONESIA

Oleh

Indah Purwandani¹, Sismadi², Rosmita³, Devy Sofyanty⁴, Arvel Fausta Raynor⁵, Sahirah Aliffiana⁶

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Bina Sarana Informatika

Email: [1indahpurwandani@gmail.com](mailto:indahpurwandani@gmail.com)

Article History:

Received: 20-07-2024

Revised: 07-08-2024

Accepted: 17-08-2024

Keywords:

Pelatihan, Aplikasi Tiktok, Pemasaran, Rumah Pangan Lokal Indonesia

Abstract: Rumah Pangan Lokal Indonesia (terbentuk tanggal 17 Agustus 2020) Komunitas atau Lembaga ini dibentuk awalnya atas dasar keprihatinan terhadap petani Singkong di daerah. Pengembangan pangan lokal adalah solusi yang bisa diambil selain sehat karena bebas gluten dan indeks glikemik yang rendah sumber bahan baku juga melimpah Singkong talas dan umbi umbian lainnya banyak ditemui di hampir seluruh wilayah Indonesia. Hanya saja tentunya dibutuhkan teknologi dan biaya yang besar untuk menciptakan dan memproduksi produk tersebut dalam skala industri sehingga bisa memenuhi permintaan sebagaimana halnya beras dan terigu. Disamping itu edukasi dan sosialisasi serta penganekaragaman produk olahan pangan lokal sangat dibutuhkan agar minat masyarakat mengonsumsi pangan lokal kembali tumbuh dan produk pangan lokal bisa membumi dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri. RPLI memiliki beberapa program unggulan yang sedang dijalankan seperti pengembangan industri pengolahan pangan lokal, pengembangan dan pemasaran produk UMKM mitra. Salah satu program unggulan RPLI adalah pengembangan dan pemasaran produk UMKM mitra yang kurang lebih terdiri dari 24 mitra. Sebagian besar mitra belum memanfaatkan media sosial khususnya TikTok secara optimal sebagai sarana promosi produk. Permasalahan yang timbul adalah Tingkat penjualan produk terbilang stagnan karena pangsa pasar terbatas dan Masyarakat secara luas belum mengenal mengenai produk mitra RPLI. Melihat kondisi tersebut Universitas Bina Sarana Informatika bermaksud mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu terlaksananya program-program unggulan di RPLI. Adapun secara lebih rinci luaran yang akan dicapai dalam pengabdian masyarakat ini adalah pengetahuan, keterampilan dan pelayanan mitra yang meningkat dari sebelumnya.



PENDAHULUAN

Rumah Pangan Lokal Indonesia (terbentuk tanggal 17 Agustus 2020 Komunitas atau Lembaga ini dibentuk awalnya atas dasar keprihatinan terhadap petani Singkong di daerah Sukaraja Kabupaten Bogor Harga jual singkong mentah berkisar yang antara Rp 500-1200/kg tidak menutupi biaya tanam dan biaya panen yang dikeluarkan Selain itu singkong yang sudah dipanen juga tidak bertahan lama. Paling tahan 4 hari setelah itu singkong mulai membusuk. Oleh sebab itu perlu solusi bagaimana caranya agar harga singkong ditingkat petani bisa lebih layak dan singkong bias tahan lebih lama. Berbicara tentang pangan beras merupakan makanan pokok bagi hampir seluruh masyarakat Indonesia. Bahkan banyak orang beranggapan kalau belum mengkonsumsi beras maka diibaratkan belum makan Sayangnya belum banyak yang menyadari bahwa nasi memiliki Indeks Glikemik yang sangat tinggi sehingga lebih cepat diserap tubuh menjadi gula darah Oleh sebab itu perlu upaya untuk menciptakan sumber karbohidrat lain dengan indeks glikemik yang rendah. Terigu juga demikian Hampir seluruh industri makanan menggunakan terigu sebagai bahan baku Memang protein gluten yang terkandung dalam terigu berfungsi untuk menghasilkan tekstur yang kenyal elastis dan mengembang pada makanan seperti roti dan kue Masalahnya gluten tidak aman dikonsumsi penderita penyakit celiac atau intoleransi gluten. Gluten akan merusak usus halus yang menyebabkan hilangnya kemampuan untuk mencerna beberapa nutrisi tertentu Efek samping diantaranya sakit perut perut kembung diare terhambatnya pertumbuhan pada anak sering merasa lelah osteoporosis, berat badan bayi baru lahir di bawah angka normal dan resiko kanker usus

Dari penjelasan di atas bisa disimpulkan 4 permasalahan:

1. Harga singkong mentah yang sangat rendah di tingkat petani
2. Daya tahan singkong yang tidak lama setelah panen
3. Ketergantungan masyarakat Indonesia terhadap beras sebagai sumber karbohidrat
4. Makanan olahan dari terigu mengandung gluten sehingga tidak bisa dikonsumsi oleh semua orang.

Pengembangan pangan lokal adalah solusi yang bisa diambil Selain sehat karena bebas gluten dan indeks glikemik yang rendah sumber bahan baku juga melimpah Singkong talas dan umbi umbian lainnya banyak ditemui di hampir seluruh wilayah Indonesia Hanya saja tentunya dibutuhkan teknologi dan biaya yang besar untuk menciptakan dan memproduksi produk tersebut dalam skala industri sehingga bisa memenuhi permintaan sebagaimana halnya beras dan terigu Disamping itu edukasi dan sosialisasi serta penganekaragaman produk olahan pangan lokal sangat dibutuhkan agar minat masyarakat mengonsumsi pangan lokal kembali tumbuh dan produk pangan lokal bisa membumi dan menjadi tuan rumah di negeri sendiri.

RPLI sebagai lembaga pengembangan pangan lokal dan pemberdayaan masyarakat sudah menyusun 4 program utama yang secara rinci akan dijelaskan dalam visi dan misi RPLI yaitu

1. Pembangunan industri tepung dan olahan pangan lokal
2. Pembangunan resto dan pusat oleh oleh pangan lokal
3. Edukasi pangan lokal pada masyarakat
4. Menjadi konsultan pangan lokal

RPLI memiliki beberapa program unggulan yang sedang dijalankan seperti pengembangan industri pengolahan pangan local, pengembangan dan pemasaran produk



UMKM mitra, saat ini terdapat kurang lebih 24 mitra yang tergabung dalam RPLI.

Melihat kondisi tersebut Universitas Bina Sarana Informatika bermaksud mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu terlaksananya program-program unggulan di RPLI

1. Analisis Situasi

RPLI dengan program unggulannya membutuhkan sharing ilmu terkait peningkatan keterampilan, pengetahuan dan juga pelayanan mitra RPLI. Salah satunya diperlukannya penyuluhan terkait memasarkan produk di era digital. Sosial media salah satunya adalah media yang digunakan oleh mitra RPLI untuk memasarkan produknya, namun selama ini belum berjalan optimal dikarenakan kurangnya pengetahuan terkait penggunaan sosial media khususnya TikTok untuk memasarkan produk.

2. Permasalahan Mitra

Salah satu program unggulan RPLI adalah pengembangan dan pemasaran produk UMKM mitra yang kurang lebih terdiri dari 24 mitra. Sebagian besar mitra belum memanfaatkan media sosial khususnya TikTok secara optimal sebagai sarana promosi produk. Permasalahan yang timbul adalah:

- a. Tingkat penjualan produk terbilang stagnan karena pangsa pasar terbatas.
- b. Masyarakat secara luas belum mengenal mengenai produk mitra RPLI.

Untuk dapat bertahan di era digital, salah satu upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis adalah membuat digital marketing. Digital marketing adalah suatu usaha untuk melakukan pemasaran sebuah brand atau produk melalui dunia digital atau internet (1) Tujuannya ialah untuk menjangkau konsumen maupun calon konsumen secara cepat dan tepat waktu. Digital marketing ialah suatu cara untuk mempromosikan produk/brand tertentu melalui media internet. Bisa melalui iklan di internet, Facebook, Youtube ataupun media sosial lainnya (2)

Salah satu platform yang sering digunakan sebagai platform digital marketing adalah media sosial. Menurut Kotler & Keller dalam (3) Media sosial ialah suatu media yang berada dalam suatu jaringan dengan pengguna yang dapat saling berinteraksi, berbagi, dan membagikan karyanya atau yang biasa kita kenal dengan konten. Media sosial juga dapat diartikan sebagai sarana untuk saling berbagi informasi baik berupa teks, video, gambar, maupun audio dengan satu sama lain yang juga menggunakan media sosial. Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial.(4). TikTok memungkinkan pebisnis untuk memasarkan produknya dalam bentuk kreatif mungkin seperti membuat video dan membangun komunitas dengan pangsa pasar mereka. TikTok merupakan salah satu aplikasi yang berperan penting dalam media promosi berbayar, yang tentunya berhubungan langsung dengan pemasaran digital yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di bidang e-commerce (5).

Universitas Bina Sarana Informatika lewat Program Pengabdian Masyarakatnya mengambil peran dalam kegiatan pelatihan ini agar semua anggota mitra RPLI bisa dengan tepat memilih sosial media yang tepat sasaran dalam memasarkan produknya.

METODE

Adapun sistematika pelatihan yang diberikan terdiri dari :

- 1) Memberikan penjelasan tentang fungsi dan manfaat E-Marketing berbasis media sosial sebagai sarana promosi produk



2) Pelatihan dalam pemakaian sosial media khususnya Tiktok.

Terkait keterbatasan tempat pelatihan ini akan dilakukan pelatihan secara langsung atau tatap muka (*offline*) yang akan diadakan Sabtu, 27 April 2024, adapun tugas dari masing masing pelaksana adalah:

PELAKSANA	NAMA	NIP	TANGGUNG JAWAB	KETERANGAN
Ketua	Indah Purwandani M.Kom	201703007	<ol style="list-style-type: none"> Bertanggung jawab terhadap proses kegiatan pengabdian masyarakat Membuat laporan hasil dari kegiatan Pengabdian masyarakat 	
Anggota	Sismadi,ST,M ,Kom	201709218	<ol style="list-style-type: none"> Mempersiapkan modul sebagai materi dalam kegiatan pengabdian masyarakat Memberikan paparan tentang cara pemakaian sosial media sebagai sarana dalam memasarkan produk 	Tutor
Anggota	Rosmita S.Pd MM	200309980	<ol style="list-style-type: none"> Pembuatan proposal untuk 	



			pengabdian masyarakat 2. Melakukan survey terhadap anggota pengabdian masyarakat	
Anggota	Devy Sofyanty S.Psi,MM	201101006	Bertanggung jawab terhadap dokumentasi dan pres release	
Anggota	Arvel Fausta Raynor	17220827	Melakukan pendampingan pada anggota Pengabdian masyarakat	Mahasiswa
Anggota	Sahirah Aliffiana	17220875	Melakukan pendampingan pada anggota pengabdian masyarakat	Mahasiswa

Luaran Yang Dicapai (Output)

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Lokal	Ada
2	Dokumentasi pelaksanaan Video kegiatan Youtube Channel	Ada	Ada
3	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Ya
		Keterampilannya meningkat	Ya
		Pelayanannya meningkat	Ya

<https://metropolitanpost.id/pelatihan-pemanfaatan-aplikasi-tiktok-shop-sebagai-media-pemasaran-pada-rumah-pangan-lokal-indonesia/>
https://youtu.be/d-P9Mp0DN18?si=snlsi2T5VQCB_XjQ

Manfaat Yang Diperoleh (Outcome)

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di RPLI terlihat antusias mitra dalam mengikuti kegiatan ,hal ini terlihat dari keseriusan mitra dalam mengikuti



kegiatan seperti yang terlihat difoto dibawah ini



Terlihat antusias mereka dalam mempraktekkan materi yang telah dipaparkan oleh tutor.



KESIMPULAN

1. Rumah Pangan Lokal Indonesia (terbentuk tanggal 17 Agustus 2020 Komunitas atau Lembaga ini dibentuk awalnya atas dasar keprihatinan terhadap petani Singkong di daerah Sukaraja Kabupaten Bogor Harga jual singkong mentah berkisar yang antara Rp 500-1200/kg tidak menutupi biaya tanam dan biaya panen yang dikeluarkan
2. RPLI memiliki beberapa program unggulan yang sedang dijalankan seperti pengembangan industry pengolahan pangan local, pengembangan dan pemasaran priduk UMKM mitra.. Salah satu program unggulan RPLI adalah pengembangan dan pemasaran produk UMKM
3. Sebagian besar mitra belum memanfaatkan media sosial khususnya TikTok secara optimal sebagai sarana promosi produk.
4. Universitas Bina Sarana Informatika mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu terlaksananya program-program unggulan di RPLI.

SARAN

Melihat perkembangan zaman yang serba digital ,masyarakat harus melek dengan perkembangan zaman, diharapkan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan lebih difokuskan pada kebutuhan masyarakat dalam peningkatan ekonomi keluarga dengan pemanfaatan tekhnologi.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] Purwandani I, Syamsiah NO, Nurwahyuni S. Perceived Usability Evaluation of TikTok Shop Platform Using the System Usability Scale. *Sinkron*. 2023;8(3):1389–99.
- [2] Karim A, Bobbi M, Nasution K, Suryadi S. Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat. 2022;3(2):115–9.
- [3] Sawitri NMA, Chusumastuti D. Peran Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan the Role of Social Media Tiktok in Increasing Customer. 2021;5:49–60.
- [4] Siwi A, Utami F, Baiti N. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan RSiwi, A., Utami, F., & Baiti, N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyber Bullying Pada Kalangan Remaja. 18(2), 257–262.*emaja*. 2018;18(2):257–62. Available from: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala%0APengaruh>
- [5] Rosiyana RN, Agustin M, Iskandar IK, Luckyardi S. a New Digital Marketing Area for E-Commerce Business. *Int J Res Appl Technol*. 2021;1(2):370–81.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN