

Optimalisasi Strategi Digital Marketing Umkm Dengan Memanfaatkan Kecerdasan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi Organisasi Masyarakat Pemuda Muhammadiyah Parung Panjang

^{1*}Ikhwan Fauzi, ²Donna Oktar Endras Wanto, ³Muhamad Iqbal

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

E-mail: dosen03150@unpam.ac.id

Abstrak

Pelaku UMKM di wilayah Parung Panjang masih menghadapi berbagai kendala dalam memanfaatkan pemasaran digital secara efektif. Promosi usaha masih bergantung pada metode konvensional seperti penjualan langsung dan pesan berantai melalui WhatsApp, tanpa dukungan strategi digital marketing yang terstruktur. Selain itu, keterbatasan keterampilan membuat konten visual dan rendahnya pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi seperti TikTok Seller dan Artificial Intelligence (AI) menyebabkan jangkauan promosi UMKM menjadi sempit dan kurang kompetitif. Permasalahan ini menghambat UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan di era ekonomi digital. Sebagai solusi untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang untuk memberikan pelatihan komprehensif mengenai optimalisasi strategi digital marketing berbasis kecerdasan bisnis. Pelatihan difokuskan pada pemanfaatan TikTok Seller sebagai platform pemasaran modern, penggunaan AI untuk pembuatan konten visual berbasis gambar dan teks, serta pemahaman fundamental analisis data sederhana yang dapat membantu UMKM mengambil keputusan promosi yang lebih tepat sasaran. Metodologi yang digunakan dalam kegiatan meliputi sosialisasi, penyampaian materi interaktif, demonstrasi teknis, praktik langsung bersama peserta serta pendampingan individual. Materi pelatihan tersusun berdasarkan proposal PKM dan modul workshop yang mencakup statistik pengguna TikTok, tutorial pendaftaran TikTok Seller, serta simulasi pembuatan poster promosi berbasis AI. Dengan pelatihan ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM, meningkatkan daya saing di era digital, serta mendorong masyarakat untuk lebih adaptif terhadap teknologi pemasaran modern.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Artificial Intelligence, TikTok Seller, Kecerdasan Bisnis

Abstract

MSMEs in the Parung Panjang area continue to encounter various challenges in utilizing digital marketing effectively. Business promotion still relies heavily on conventional methods such as direct selling and message forwarding through WhatsApp, without the support of structured digital marketing strategies. In addition, limited skills in creating visual content and the lack of understanding regarding the use of technologies such as TikTok Seller and Artificial Intelligence (AI) have resulted in narrow promotional reach and reduced competitiveness. These issues hinder MSMEs from accessing wider markets and increasing sales in the digital economy era. As a solution to these challenges, this Community Service Program (PKM) was designed to provide comprehensive training on optimizing digital marketing strategies based on business intelligence. The training focuses on utilizing TikTok

Seller as a modern marketing platform, employing AI to create both image-based and text-based visual promotional content, and strengthening participants' fundamental understanding of simple data analysis to support more targeted promotional decision-making. The methodology used in this program includes socialization, interactive material delivery, technical demonstrations, hands-on practice with participants, and individualized mentoring. The training materials were developed based on the PKM proposal and workshop modules, which include TikTok user statistics, a step-by-step tutorial on TikTok Seller registration, and simulations of creating AI-based promotional posters. This training is expected to expand the promotional reach of MSME products, enhance their competitiveness in the digital era, and encourage the community to become more adaptive to modern marketing technologies.

Keywords: Digital Marketing, MSMEs, Artificial Intelligence, TikTok Seller, Business Intelligence

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor strategis yang berperan besar dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2024, UMKM menyumbang lebih dari 97% total unit usaha di Indonesia dan menyerap lebih dari 60% tenaga kerja nasional. Oleh karena itu, penguatan kapasitas UMKM menjadi agenda penting dalam meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat.

Meskipun memiliki peran strategis, sebagian besar UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital. Tantangan ini juga ditemukan pada UMKM di bawah binaan Organisasi Pemuda Muhammadiyah Parung Panjang. Berdasarkan hasil observasi, UMKM di wilayah ini masih mempromosikan produk melalui cara konvensional seperti penjualan langsung dan penyebaran informasi melalui WhatsApp, tanpa pemanfaatan media sosial berbasis algoritma yang kini menjadi pusat aktivitas konsumen. Permasalahan tersebut diperjelas dalam Proposal PKM yang menyebutkan bahwa UMKM setempat belum memahami mekanisme digital branding, strategi pemasaran konten, maupun penggunaan platform pemasaran modern seperti TikTok Seller.

Di sisi lain, platform TikTok terus menunjukkan pertumbuhan pesat sebagai media pemasaran digital yang efektif. Berdasarkan materi pelatihan, TikTok memiliki 1,5 miliar pengguna terdaftar dan lebih dari 500 juta pengguna aktif bulanan. Dominasi pengguna berusia 13–24 tahun sebesar 60% menjadikan platform ini sebagai sarana yang sangat potensial bagi UMKM yang menargetkan generasi muda dan keluarga muda sebagai segmentasi utama. Konten berbasis video pendek, kemudahan viral melalui algoritma rekomendasi, serta integrasi TikTok Seller menjadikan platform ini sebagai kanal promosi yang sangat relevan bagi UMKM kuliner, fashion, craft, dan berbagai produk lokal lainnya.

Selain media sosial, kecerdasan buatan (AI) juga menjadi teknologi kunci dalam mendukung keberhasilan pemasaran digital. Dengan AI, UMKM dapat membuat poster promosi secara otomatis, menulis caption produk, meningkatkan kualitas foto produk, hingga mencari gaya visual yang konsisten dengan merek. Hal ini ditegaskan dalam materi pelatihan yang memuat contoh praktis peningkatan foto produk menggunakan AI serta variasi prompt untuk menghasilkan konten visual berkualitas profesional.

Dengan kondisi tersebut, kegiatan PKM ini hadir sebagai solusi nyata untuk menjembatani kebutuhan UMKM terhadap digital marketing modern. Pelatihan dirancang untuk memberikan pemahaman menyeluruh mulai dari dasar pemasaran digital, pengenalan TikTok Seller, praktik pembuatan konten menggunakan AI, hingga analisis performa konten untuk mendukung keputusan berbasis data.

METODE KEGIATAN

1. Realisasi Pemecahan Masalah

Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan ini dirancang berdasarkan kondisi dan kebutuhan nyata pelaku UMKM di wilayah Parung Panjang yang masih menghadapi hambatan dalam menerapkan strategi digital marketing. Tahapan kegiatan difokuskan untuk memberikan pengalaman pembelajaran yang menyeluruh, mulai dari pengenalan konsep dasar hingga kemampuan praktik yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Langkah pertama dilakukan melalui penyampaian materi mengenai dasar-dasar digital marketing, mencakup pemahaman karakteristik perilaku konsumen digital, pentingnya konten visual dalam membangun citra produk, serta potensi media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Pada tahap ini peserta juga diperkenalkan dengan TikTok sebagai salah satu platform populer yang memiliki peluang besar bagi UMKM karena pola distribusi kontennya yang cepat dan luas.

Selanjutnya dilakukan demonstrasi teknis terkait penggunaan TikTok Seller sebagai platform pemasaran. Peserta diajak mengikuti instruksi mulai dari pembuatan akun, proses verifikasi identitas, pengaturan profil toko, hingga teknik mengunggah produk dengan deskripsi yang menarik. Tahap ini membantu peserta memahami alur operasional TikTok Seller dan fitur-fitur yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas produk.

Setelah pemahaman teknis terbentuk, kegiatan dilanjutkan pada sesi praktik langsung. Peserta diminta membuat konten promosi produk masing-masing menggunakan pendekatan kreatif berbasis Artificial Intelligence (AI). Teknologi AI digunakan untuk membantu peserta mengedit foto produk, membuat poster digital yang menarik, serta menyusun caption yang sesuai dengan karakteristik produk. Dengan praktik ini, peserta dapat melihat manfaat langsung AI dalam meningkatkan kualitas visual konten secara cepat dan efisien.

Pendampingan intensif juga diberikan selama sesi praktik untuk membantu peserta menyelesaikan kendala teknis, memperbaiki konten, dan menyesuaikan strategi promosi yang relevan dengan target pasar masing-masing. Melalui pendampingan ini peserta mendapatkan pemahaman yang lebih personal dan aplikatif mengenai cara mengembangkan identitas digital usaha mereka.

Tahap akhir berupa evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Evaluasi tambahan dilakukan melalui penilaian terhadap halaman toko TikTok Seller yang telah dibuat, kualitas poster promosi, serta kemampuan peserta mengikuti alur pembuatan konten. Hasil evaluasi digunakan untuk menilai efektivitas kegiatan sekaligus sebagai dasar rekomendasi pengembangan program lanjutan.

Secara keseluruhan, realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan ini bertujuan memastikan peserta memperoleh pemahaman dan keterampilan digital marketing

yang lebih baik, mampu menghasilkan konten promosi berkualitas, serta dapat memanfaatkan media sosial dan teknologi modern untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

2. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM dan anggota masyarakat yang berada di bawah binaan Organisasi Pemuda Muhammadiyah Parung Panjang. Kelompok ini dipilih karena sebagian besar anggotanya sedang mengembangkan usaha dalam berbagai bidang seperti kuliner, fashion, kerajinan, maupun layanan jasa, namun belum memiliki keterampilan digital yang memadai untuk memperluas jangkauan pemasaran.

Peserta pelatihan terdiri dari pemuda dan pelaku usaha lokal yang memiliki minat untuk mengoptimalkan media digital sebagai sarana promosi. Karakteristik peserta umumnya adalah individu yang telah menjalankan usaha dalam skala kecil hingga menengah, tetapi masih mengandalkan metode promosi tradisional. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk memperoleh keterampilan baru yang relevan dengan kebutuhan ekonomi digital saat ini.

Melalui kegiatan ini, khalayak sasaran diharapkan mampu memahami strategi pemasaran digital, menguasai penggunaan TikTok Seller, memanfaatkan teknologi AI untuk membuat konten promosi, serta memiliki kemampuan dasar membaca data promosi untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat. Dengan meningkatnya keterampilan tersebut, peserta diharapkan dapat mengembangkan usaha secara mandiri dan lebih kompetitif di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai optimalisasi strategi digital marketing UMKM melalui pemanfaatan TikTok Seller, Artificial Intelligence (AI), dan kecerdasan bisnis menghasilkan sejumlah temuan penting yang menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta secara signifikan. Hasil kegiatan ini dianalisis berdasarkan aspek pemahaman teori, keterampilan teknis, kemampuan memproduksi konten visual, kesiapan menggunakan teknologi digital, serta perubahan perilaku peserta dalam mengelola strategi pemasaran.

1. Peningkatan Literasi Digital Peserta

Salah satu hasil paling menonjol dari kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta mengenai pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk UMKM. Pada tahap awal pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami bagaimana media sosial seperti TikTok dapat meningkatkan visibilitas produk secara signifikan. Setelah mengikuti sesi teori, peserta mulai memahami bahwa TikTok bukan hanya platform hiburan, tetapi juga media promosi yang sangat potensial karena perilaku konsumennya yang aktif, cepat merespons tren, dan lebih mudah dipengaruhi oleh konten visual yang menarik. Penjelasan mengenai karakteristik pengguna TikTok dan pola distribusi konten berbasis algoritma membuat peserta lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi digital. Pemahaman peserta mengenai konsep dasar digital marketing, seperti funnel pemasaran, penciptaan brand

awareness, dan pentingnya storytelling visual, juga mengalami peningkatan yang cukup signifikan.

2. Penguasaan Teknis Penggunaan TikTok Seller

Kegiatan pelatihan memberikan pengalaman praktis kepada peserta untuk membuat akun TikTok Seller secara langsung. Banyak peserta sebelumnya menganggap pendaftaran TikTok Seller sebagai proses yang rumit, terutama karena prosedur verifikasi identitas dan pengaturan profil toko. Namun setelah mengikuti demonstrasi teknis yang dipandu langkah demi langkah, seluruh peserta mampu membuat akun toko masing-masing secara mandiri. Proses unggah produk menjadi salah satu bagian yang sangat diapresiasi peserta karena mereka dapat langsung melihat bagaimana tampilan produk dalam katalog toko digital mereka. Peserta belajar membuat deskripsi produk yang lebih menarik, menambahkan harga, mengatur kategori produk, serta memahami pentingnya konsistensi visual dalam katalog toko. Beberapa peserta bahkan berhasil mengunggah lebih dari satu produk selama sesi praktik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak nyata terhadap kesiapan teknis peserta dalam mengelola platform penjualan digital.

3. Peningkatan Kualitas Konten Promosi Berbasis Artificial Intelligence

Materi pelatihan mengenai pemanfaatan AI untuk pembuatan konten visual memberikan perubahan signifikan terhadap kualitas poster dan visual produk yang dihasilkan oleh peserta. Sebelum pelatihan, sebagian besar UMKM hanya mengandalkan foto produk sederhana yang diambil dengan pencahayaan seadanya dan latar belakang yang kurang menarik.

Melalui sesi praktik AI, peserta diajarkan cara:

- mengunggah foto produk mereka,
- menerapkan perintah (prompt) untuk meningkatkan kualitas visual,
- memilih gaya desain sesuai karakter produk,
- menambahkan elemen pendukung seperti headline, tipografi promo, dan warna brand,
- mengeksplor konten dalam ukuran yang sesuai untuk TikTok, Instagram, dan marketplace.



Gambar 1. Transformasi Foto Produk Menjadi Poster Promosi Menggunakan AI

Hasilnya, seluruh peserta berhasil menghasilkan poster digital dengan tampilan lebih profesional. Poster yang sebelumnya tampak gelap, kurang fokus, atau tidak menarik, berubah menjadi visual produk yang lebih cerah, bersih, dan memiliki daya tarik promosi yang lebih kuat. Peserta bahkan menyatakan bahwa penggunaan AI sangat membantu mereka yang tidak memiliki keahlian desain.

4. Kemampuan Membaca Data dan Insight Promosi

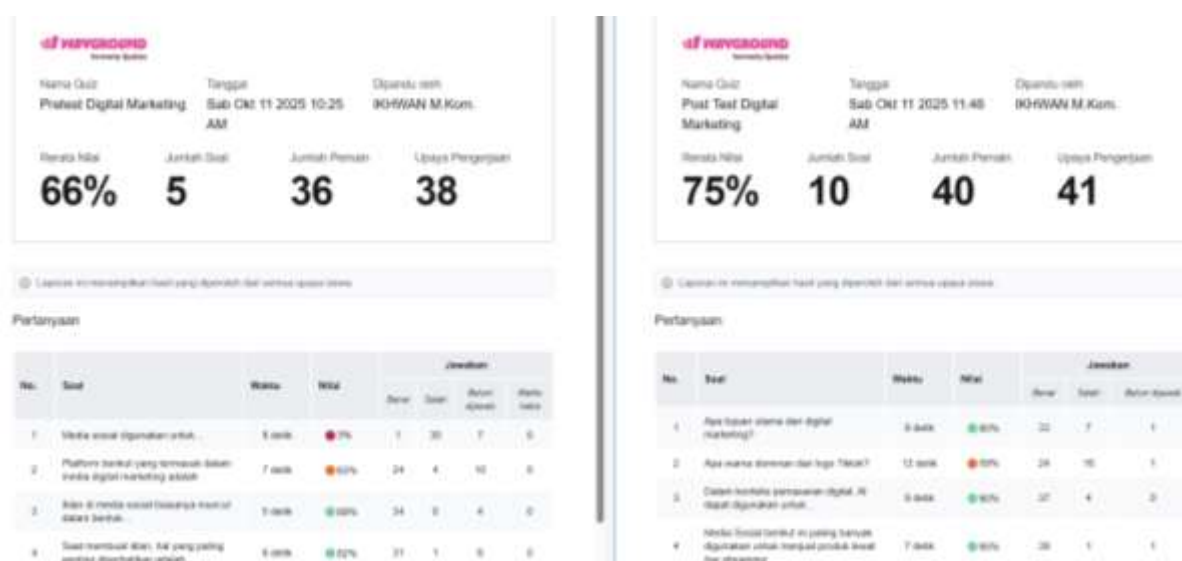
Selain pelatihan teknis, peserta juga belajar memahami dasar-dasar kecerdasan bisnis (business intelligence) menggunakan fitur insight pada TikTok. Melalui fitur ini peserta diberikan pemahaman mengenai:

- performa konten (views, likes, comments),
- tren hashtag,
- jam aktif audiens,
- konversi kunjungan ke katalog produk,
- jenis konten yang paling efektif.

Dengan pembelajaran ini, peserta mulai memahami bahwa promosi digital tidak hanya sebatas mengunggah konten, tetapi juga membutuhkan evaluasi untuk menentukan strategi lanjutan. Beberapa peserta mampu mengidentifikasi waktu unggah terbaik berdasarkan peningkatan jumlah penayangan konten dalam waktu singkat.

5. Hasil Evaluasi Kuantitatif Pelatihan

Evaluasi pelatihan dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk melihat peningkatan pemahaman peserta mengenai digital marketing. Pada pre-test, rata-rata nilai peserta berada pada angka 66% dari total 36 responden. Setelah mengikuti rangkaian pelatihan, nilai rata-rata meningkat menjadi 75% dengan jumlah peserta 40 orang.



Gambar 2. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-test Peserta Pelatihan Digital Marketing

Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan positif terhadap pemahaman peserta, terutama pada materi dasar digital marketing, penggunaan TikTok Seller, serta pemanfaatan AI untuk pembuatan konten promosi. Selain peningkatan nilai rata-rata, tingkat ketepatan jawaban per soal juga menunjukkan kenaikan signifikan, menandakan bahwa peserta mampu memahami materi inti dengan lebih baik setelah mengikuti pelatihan.

6. Dampak Nyata Terhadap Perilaku Promosi UMKM

Selain peningkatan kompetensi, kegiatan ini juga memberikan perubahan signifikan dalam kesiapan peserta mengadaptasi strategi promosi berbasis digital. Peserta yang sebelumnya enggan tampil dalam video promosi kini mulai berani membuat konten sederhana menggunakan produk mereka. Peserta yang sebelumnya tidak mengetahui cara mengatur katalog toko kini dapat mengelola akun bisnis secara mandiri. Beberapa peserta bahkan telah mencoba membuat konten tambahan di luar sesi pelatihan, menunjukkan adanya motivasi baru dan kesadaran lebih tinggi akan pentingnya digital marketing dalam perkembangan usaha mereka.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai optimalisasi strategi digital marketing bagi UMKM di bawah binaan Pemuda Muhammadiyah Parung Panjang telah berhasil memberikan peningkatan signifikan terhadap pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kebutuhan promosi usaha. Materi pelatihan yang mencakup pemanfaatan TikTok Seller, pembuatan konten visual berbasis Artificial Intelligence (AI), serta penerapan analisis data sederhana mampu menjawab berbagai permasalahan utama yang sebelumnya dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti keterbatasan dalam pembuatan konten, minimnya pengetahuan pemasaran digital, dan rendahnya pemanfaatan platform media sosial untuk penjualan.

Melalui kombinasi penyampaian materi interaktif, demonstrasi teknis, dan praktik langsung, peserta mampu mengembangkan kemampuan baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pemasaran di era digital. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan nilai dari pre-test ke post-test, yang mengindikasikan peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep inti digital marketing dan kesiapan mereka dalam mengimplementasikan strategi pemasaran modern. Peserta juga mampu menghasilkan konten promosi yang lebih menarik dengan bantuan AI serta memahami pentingnya membaca insight dan data untuk menentukan strategi promosi yang lebih efektif.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan branding UMKM di Parung Panjang. Pelatihan ini tidak hanya membantu peserta meningkatkan kualitas promosi usaha mereka, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi utama. Ke depan, kegiatan seperti ini penting untuk terus dilaksanakan secara berkelanjutan guna mendukung kemandirian dan daya saing UMKM di era ekonomi digital yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, M. N., Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2023). Analisis Strategi Bisnis UMKM melalui Pemanfaatan Media Sosial TikTok Shop. *Journal of Economics and Management Scienties*.
- Setya Dwi, I., Arinta, J., & Kusumawardhani, N. (2023). Social Media Marketing melalui TikTok sebagai Sarana Pemasaran Produk UMKM Fashion. *NOCTIS*, 2(1), 16–29.
- Santosa, A. D., & Surgawati, I. (2024). Artificial Intelligence (AI) Adoption as Marketing Tools among MSMEs in Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(1), 91–102.
- Maria, V., & Janah, R. (2024). Analisis Peran TikTok Shop dalam Mendorong Ekonomi UMKM di Indonesia. *SAMMAJIVA*, 2(2).
- Nangoy, E. S. C., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2024). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Digital Marketing Promotion pada Curabeauty Manado. *Productivity*, 5(2).
- Nugroho, A., & Lestari, F. (2024). Strategi Digitalisasi UMKM di Era Ekonomi Kreatif 5.0. Yogyakarta: Deepublis