

DIGITALISASI UMKM DESA MELALUI PELATIHAN AI DAN PEMASARAN TIKTOK SHOP

Fidyah Yuli Ernawati¹, Silvia hendrayanti², Yoga Nindhita³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Sekolah tinggi Ilmu ekonomi Semarang

Email: fidyah@stiesemarang.ac.id

ABSTRAK

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy. Based on data from the Ministry of Cooperatives and SMEs, MSMEs contribute more than 60% to the national GDP and absorb around 97% of the workforce (Kemenkop UKM, 2023). However, the majority of MSMEs in rural areas still face major challenges in terms of digitalization, market access, and technology utilization. One of the popular digital platforms is TikTok Shop, which allows MSMEs to market their products more widely through short video content. Training on the use of TikTok Shop has been proven to help MSMEs increase sales and expand market reach (Arum & Hidayat, 2023).

TikTok Shop as an e-commerce platform based on short videos is becoming a new trend in digital marketing strategies. Its massive use by the younger generation opens up great opportunities for MSMEs to enter a wider market at a relatively low cost. With a combination of AI training (such as the use of chatbots for customer service or simple sales data analysis) and the use of TikTok Shop, village MSMEs can increase their business scale sustainably.

The implementation of community service was carried out in Karangtengah Village, Demak. The problem raised in this PKM is to increase the scale of marketing based on technology or online media, encouraging people to increase their knowledge, skills, and awareness in utilizing the TikTok Shop application to improve digital marketing.

Kata kunci: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), utilization of TikTok Shop, society, digital marketing*

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2023). Namun demikian, mayoritas UMKM di pedesaan masih menghadapi tantangan besar dalam hal digitalisasi, akses pasar, dan pemanfaatan teknologi.

Transformasi digital menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Sayangnya, survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa hanya sekitar 20% UMKM desa yang benar-benar memanfaatkan teknologi digital secara aktif dalam operasional dan pemasarannya. Padahal, pemanfaatan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) dan platform digital seperti TikTok Shop terbukti dapat meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, serta pengenalan merek secara signifikan. Salah satu platform digital yang sedang populer adalah TikTok Shop, yang memungkinkan pelaku UMKM memasarkan produk mereka secara lebih luas melalui konten video pendek.

Pelatihan penggunaan TikTok Shop telah terbukti membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar (Arum & Hidayat, 2023). Misalnya, pelatihan yang dilakukan di Desa Cipaku menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang sebelumnya hanya memasarkan produk secara tradisional mulai memanfaatkan TikTok Shop untuk memasarkan produk mereka, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas (Arum & Hidayat, 2023). Selain itu, pelatihan digital marketing dengan aplikasi TikTok Shop juga telah dilakukan di Desa Gintungan, Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo. Kegiatan ini bertujuan untuk mendorong masyarakat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran dalam memanfaatkan aplikasi TikTok Shop untuk meningkatkan pemasaran digital (Arum & Hidayat, 2023).

TikTok Shop sebagai platform e-commerce berbasis video pendek menjadi tren baru dalam strategi pemasaran digital. Penggunaannya yang masif oleh generasi muda membuka peluang besar bagi UMKM untuk masuk ke pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Dengan kombinasi pelatihan AI (seperti penggunaan chatbot untuk pelayanan pelanggan atau analisis data penjualan sederhana) dan pemanfaatan TikTok Shop, UMKM desa dapat meningkatkan skala usahanya secara berkelanjutan.

Melalui program pelatihan yang terstruktur dan berbasis kebutuhan lokal, masyarakat desa—terutama pelaku UMKM—dapat diberikan pemahaman dan keterampilan praktis mengenai digital marketing berbasis AI dan konten kreatif di TikTok Shop. Hal ini diharapkan dapat mempercepat akselerasi digitalisasi UMKM desa, memperluas akses pasar, serta meningkatkan pendapatan masyarakat secara merata.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di desa karangtengah demak. Adapun masalah di angkat pada PKM ini adalah meningkatkan skala pemasaran dengan berbasis teknologi atau media online, mendorong masyarakat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran dalam memanfaatkan aplikasi TikTok Shop untuk meningkatkan pemasaran digital.

KAJIAN LITERATUR

Digitalisasi UMKM Desa

Digitalisasi UMKM di desa merupakan upaya penting untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha mikro, kecil, dan menengah. Transformasi digital ini mencakup pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk platform e-commerce dan aplikasi digital untuk pemasaran dan operasional bisnis. Digitalisasi dapat memperluas akses pasar UMKM, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Digitalisasi memungkinkan UMKM desa untuk memasarkan produk mereka tidak hanya secara lokal tetapi juga ke pasar yang lebih luas melalui platform digital seperti media sosial dan e-commerce. Contohnya, pelatihan pemanfaatan media sosial di Desa Sindangpanon berhasil meningkatkan kapasitas pemasaran online UMKM hingga 40%(Suparjiman et al., 2024). Adopsi teknologi pembayaran digital seperti e-wallet dan QRIS di Desa Turunrejo mempercepat proses transaksi dan meningkatkan keamanan keuangan pelaku UMKM (Widhawati et al., 2024).

Digitalisasi membantu UMKM mengelola usaha secara lebih efisien dan mendorong inovasi produk lokal, seperti pengolahan produk berbasis potensi lokal di Desa Sepotong yang menghasilkan produk bernilai jual tinggi seperti nugget dari tutut (Susanti et al., 2024).

Pelatihan AI untuk UMKM

Pelatihan kecerdasan buatan (AI) bagi pelaku UMKM di desa memberikan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan teknologi AI untuk mendukung kegiatan bisnis. AI dapat membantu UMKM dalam analisis pasar, pembuatan konten, pengelolaan keuangan, hingga pelayanan pelanggan. Studi di Desa Bugangan dan Desa Sidolego menunjukkan bahwa pelatihan AI meningkatkan literasi digital dan kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi baru, meskipun masih terdapat tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan akses internet (Lintas, 2024; Nur Hayati, Nur Hadian, 2024). Pelatihan memberikan pemahaman mendalam tentang konsep AI dan penerapannya dalam pemasaran digital, seperti pembuatan deskripsi produk, pemilihan kata kunci, dan strategi konten yang relevan dengan minat konsumen. Hal ini meningkatkan visibilitas produk dan efektivitas pemasaran UMKM (Haerani et al., 2024). AI membantu UMKM mengotomatisasi tugas rutin, menganalisis data pasar secara cepat, dan memberikan wawasan strategis yang meningkatkan efisiensi dan inovasi produk (Haerani et al., 2024).

Pemasaran melalui TikTok Shop

TikTok Shop sebagai platform e-commerce berbasis media sosial menawarkan peluang besar bagi UMKM desa untuk memasarkan produk secara digital. Strategi pemasaran digital di TikTok Shop meliputi pembuatan konten promosi yang menarik, optimalisasi akun toko, dan pemanfaatan fitur-fitur TikTok untuk meningkatkan engagement dan loyalitas pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang efektif di TikTok Shop dapat meningkatkan kinerja penjualan produk, terutama di kategori fashion, dengan pengaruh positif pada brand image dan customer loyalty (Nur Annisa et al., 2024).

Pelatihan AI terbukti meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengelola pemasaran digital secara efektif, memperluas akses pasar, dan meningkatkan produktivitas usaha. Selain itu, pelatihan ini mendorong UMKM untuk berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional yang berkelanjutan (Haerani et al., 2024).

Integrasi Pelatihan AI dan Pemasaran TikTok Shop

Menggabungkan pelatihan AI dengan pemasaran digital di TikTok Shop dapat memberikan manfaat sinergis bagi UMKM desa. AI dapat digunakan untuk analisis data pemasaran, personalisasi konten, dan otomatisasi interaksi pelanggan, sementara TikTok Shop menyediakan saluran distribusi dan promosi yang luas. Pelatihan yang mengedepankan pemahaman AI dan praktik langsung pemasaran di TikTok Shop telah terbukti meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha secara digital (Nur Annisa et al., 2024; Nur Hayati, Nur Hadian, 2024).

AI memungkinkan analisis data konsumen secara real-time untuk menyesuaikan strategi pemasaran. UMKM terlatih dapat memanfaatkan fitur targeted advertising TikTok Shop guna menjangkau audiens spesifik (Prasiska et al., 2022).

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah bentuk kegiatan yang diadakan oleh dosen program studi S-1 manajemen berkolaborasi dengan mahasiswa program studi S-1 manajemen. Sasaran dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pelaku UMKM di Desa Karangtengah Demak. Terdapat tiga tahapan pada kegiatan ini, seperti yang dijelaskan pada gambar 1.

Gambar 1
Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat



Observasi

Dosen dan Mahasiswa manajemen melakukan observasi pada wilayah desa Karangtengah Kabupaten Demak, satu minggu. Kegiatan observasi dilakukan dengan cara terjun langsung kepelaku UMKM di Desa karangtengah melakukan survey kondisi pelaku UMKM di desa tersebut. Hasil observasi ini menghasilkan proses identifikasi masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM bahwa pemasaran hasil produk UMKM belum optimal, sehingga pemasaran produk yang dilakukan belum sampai ke luar daerah Cipaku, oleh karena itu perlu adanya pembaharuan sistem pemasaran yang telah dilakukan dengan cara pelatihan dan sosialisasi TikTok Shop guna memasarkan produk yang dihasilkan keluar daerah.

Persiapan

Tim Pengabdian Masyarakat melakukan diskusi terkait permasalahan yang ada di desa Karangtengah Kabupaten demak. Hasil dari diskusi tersebut dirasa perlu melakukan sosialisasi dan pelatihan Digital Marketing dan Praktik pembuatan akun TikTok Shop. Persiapan yang dilakukan adalah mulai dari mempersiapkan materi Digital Marketing, menyiapkan tempat untuk diadakannya acara Sosialisasi dan Pelatihan, dan juga membuat susunan acara yang akan dilaksanakan pada saat kegiatan. Setelah persiapan matang dilakukan, kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan TikTok Shop sebagai strategi digital marketing untuk optimalisasi UMKM menuju digitalisasisiap dilaksanakan.

Pelaksanaan

Dosen dan mahasiswa program studi manajemen menjadi narasumber dalam pelatihan Tiktok Shop Sebagai Strategi Digital Marketing Untuk UMKM. Kegiatan tersebut dibantu oleh 2 Mahasiswa program studi manajemen. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 25 Mei 2025 di Balai Desa karangtengah Kabupaten Demak, dengan Tema TikTok Shop sebagai strategi digital marketing untuk UMKM dan peserta yang mengikuti acara tersebut adalah para pelaku UMKM di Desa karangtengah Kabupaten Demak sebanyak 20 (dua puluh) orang. Metode yang dilakukan pada saat pelaksanaan adalah Sosialisasi dan Pelatihan.

Pelatihan berlangsung selama dua jam. Tiga puluh menit pertama materi disampaikan oleh dua pemateri, setelah itu tiga puluh menit selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab. Setelah sesi tanya jawab selesai kemudian dilakukan praktek pembuatan akun TikTok Shop serta cara penggunaannya yang didampingi oleh para Dosen dan Mahasiswa. Setelah akun TikTok Shop dibuat, selanjutnya dilaksanakan pelatihan penggunaan akun TikTok Shop untuk memasarkan produk dari pelaku UMKM Desa Cipaku. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan dan sosialisasi ini sangat antusias melakukan praktik pembuatan akun TikTok Shop. Setelah akun TikTok Shop selesai dibuat, pegiat UMKM mulai mencoba memasarkan produk-produk yang ke platform TikTok Shop.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum diadakan kegiatan pelatihan dan sosialisasi di Desa karangtengah Kabupaten Demak, pelaku UMKM belum memiliki akun TikTok Shop sebagai sarana pemasaran produk. Beberapa produk yang dihasilkan, yaitu olahan makanan. Oleh karena itu kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk memaksimalkan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM tersebut.

Gambar 1. Penyampaian materi oleh Pemateri 1



Gambar 2 peserta PKM



SIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa karangtengah Kabupaten Demak mendapat respon baik dari para pelaku UMKM. Materi yang diberikan pemateri 1 berupa praktik pembuatan akun TikTok Shop dan cara pemasaran melalui TikTok Shop dinilai dapat memperluas jaringan pasar. Setelah diadakan pelatihan dan sosialisasi tentang TikTok Shop, pelaku UMKM di Desa karangtengah Kabupaten Demak merasa jangkauan pasar yang lebih luas. tetapi kini merambah ke luar Pulau Jawa. Pelaku UMKM di Desa karangtengah Kabupaten Demak menilai bahwa pemasaran melalui akun TikTok Shop ini dirasa efektif untuk memasarkan produk yang dihasilkan

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). Statistik UMKM 2023. <https://kemenkopukm.go.id>
- Katadata Insight Center. (2023). Survei Digitalisasi UMKM di Indonesia. <https://katadata.co.id>
- TikTok for Business. (2024). E-Commerce Trends: TikTok Shop in Indonesia. <https://www.tiktok.com/business>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). Transformasi Digital UMKM: Tantangan dan Peluang. <https://kominfo.go.id>
- Arum, M. P., & Hidayat, C. M. (2023). Pelatihan Dan Sosialisasi Tiktok Shop Sebagai Strategi Digital Marketing Untuk Optimalisasi UMKM Menuju Digitalisasi. *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 3(2), 33–41. <https://doi.org/10.20895/ijcosin.v3i2.1099>
- Haerani, R., Farida, R. D. M., Fitriani, H., Amaliah, A., Kurniati, D., & Ansor, A. S. (2024). Pendampingan Pelatihan Penggunaan Teknologi Artificial Intelligence Dalam Optimalisasi Bisnis Umkm Kota Cilegon Assistance Training On The Use Of Artificial

Intelligence Technology In Optimizing Msme Businesses In Cilegon City Di era globalisasi , dimana . Minda Baharu, 8(1), 58–69.

Lintas, T. (2024). Pelatihan AI Untuk Literasi Digital Dan Ekonomi Desa Sidolego , Kecamatan Tabir Lintas , Kabupaten Merangin – Jambi. Jurnal Pengabdian Masyarakat (JAPAMAS), 251–258.

Nur Annisa, N., Rafly Eka Saputra, M., Cahyono, D., Sari Indrayati, F., Alif Putra Gunawan, M., Putra Widhi Wardhana, E., Dicha Kusuma Priambudi, P., Ari Wulanjati, H., Syahrul, M., & Ahmad, H. (2024). Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Pelaku UMKM Desa Gintungan. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara, 5(1), 1274–1278. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2897>

Nur Hayati, Nur Hadian, M. R. F. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Bugangan Melalui Pemanfaatan Teknologi AI dalam Pemasaran Digital. ABDIFORMATIKA Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika, 4(2), 77–84. <https://doi.org/10.59395/abdiformatika.v4i2.241>

Prasiska, R. A., Rahmawati, F., & Fikri, M. K. (2022). Pengaruh Platfrom Penjualan Online TikTok Shop Terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Jurnal Sahmiyya, 3(1), 31–36.

Suparjiman, Iis Dewi Fitriani, Adi Pratama, Ahmad Nabil Quthb, Fakhri Fadhlurrahman, Iwan, F. S. D., Raden Achmad Muhammad Hisyam, Rani, Raquita Dibba, Santi Tria Mustika, Shintia Ledgeriana Hidyana, & Ziyah Dini Hunafa. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. BEMAS: Jurnal Bermasyarakat, 4(2), 391–398. <https://doi.org/10.37373/bemas.v4i2.810>

Susanti, R., Anastasya, D., Faye, P., Putri, N. D., Agustin, M., Karolina, A., Mulya, A., Utama, R. N., Marsha, A., Sari, P., Maftukhah, N. Z., Apriliani, M., & Lestari, F. A. (2024). Optimalisasi Potensi Lokal Dan Digitalisasi UMKM Dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. Journal of Human And Education, 4(5), 600–611.

Widhawati, R., Lubis, V. H., & Komalasari, O. (2024). Jurnal Peduli Masyarakat. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion, 4, 171–178. <https://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM/article/view/2494>