



Journal of Economic and Management Sciences

Volume 5, Issue 3, June 2023

P-ISSN 2655-1934

E-ISSN 2655-6685

Open Access at: <https://jems.ink>

ANALYSIS OF MSME BUSINESS STRATEGIES THROUGH THE UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA TIKTOK SHOP

ANALISIS STRATEGI BISNIS UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP

Meci Nilam Sari¹⁾, Rika Septrizarty²⁾, Wila Farlina³⁾, Azmen Kahar⁴⁾, Agus Nurofik⁵⁾

Program Studi S1 Administrasi Bisnis, STIA Adabiah Padang¹²³⁴⁵

E-mail: mecinilam38@gmail.com

Diterima tanggal 30 Mei 2023 disetujui tanggal 10 Juni 2023

ARTICLE INFO

Correspondent :
Meci Nilam Sari
mecinilam38@gmail.com

Kata kunci
SMEs, Tik Tok,
Promotion, Social
Media

Page: 160-168

ABSTRACT

During the Covid-19 pandemic, it was a period where initially all business sectors experienced a decline, starting from turnover, creativity and innovation in products, packaging, and efforts to promote business development in Indonesia. MSMEs in the city of Padang are starting to move into their business activities, which initially started as an offline shop/door to door, now they have turned into an online shop. Every business owner must do an online shop because of the impact of the pandemic. the times from day to day are always included in terms of business promotion by using the Tik Tok Shop for MSMEs in the city of Padang. With this convenience, consumers do not need to be tired of spending time, transportation money to shop at the market or mall because all products are provided in one Tiktok shop application and free shipping is delivered directly to consumers' homes.

Copyright©JEMS 2023. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Correspondent : Meci Nilam Sari <u>mecinilam38@gmail.com</u> Kata Kunci : SMEs, Tik Tok, Promotion, Social Media Hal : 160-168	Air merupakan kebutuhan utama manusia karena makhluk hidup 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. UMKM kota Padang mulai beranjak menjalani kegiatan usahanya yang awalnya bermula dari offline shop/ door to door, sekarang beranjak menjadi online shop. Setiap pemilik usaha harus melakukan online shop karena dampak dari pandemik. zaman dari hari ke hari selalu berkembang proses bisnisnya termasuk dari segi promosi usaha dengan pemanfaatan Tik Tok Shop untuk UMKM di Kota Padang. Dengan kemudahan inilah konsumen tidak perlu capek-capek mengeluarkan waktu, uang transportasi untuk berbelanja di pasar atau mall karena semua produk sudah disediakan dalam satu aplikasi tiktok shop serta ongkos kirim yang gratis langsung diantarkan kerumah konsumen. <i>Copyright©JEMS 2023. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

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 menurut pendapat (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 (Septrizarty & Mulyadin 2021)

Dampak covid-19 juga dirasakan UMKM dikota Padang. Akibat dari pandemi Covid-19 melanda dan Kota Padang masuk kedalam PPKM Level 4, Namun, kondisi tersebut masih juga membuat masyarakat takut dan mengurungkan diri untuk mendatangi tempat – tempat tersebut karena memilih berdiam diridirumah demi

kesehatan dan keselamatan bersama. Oleh karena itu, tidak sedikit UMKM mengalami dampak, dimulai dari penurunan omzet hingga ada yang mengalami gulung tikar.

Kondisi UMKM yang semakin hari semakin menurun kinerjanya ini diakui menjadi tantangan bagi sebagian UMKM, oleh karena itu agar terus bertahan supaya tidak gulung tikar UMKM perlu melakukan upaya dan inovasi baik dibagian produk serta kepada promosi yang mengharuskan UMKM turut berkembang sesuai dengan kondisi zaman dan masa covid-19.

Krisis ekonomi yang dialami UMKM tanpa disadari dapat menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu UMKM harus mendapatkan pembinaan dan perhatian khusus oleh pemerintah maupun pihak swasta untuk dapat memajukan produktifitas UMKM di Indonesia. Salah satu tidak lanjut yang harus diperhatikan untuk memajukan UMKM adalah dengan pemberian dan pembekalan ilmu Digital Marketing, dimana ada penggerakan penjual dari awalnya yang offline beralih menjadi online. (Sari M.N, 2022).

Wirausaha selalu komitmen dalam melakukan tugasnya sampai berhasil, iya tidak setengah-setengah dalam melakukan pekerjaannya. Iya berani mengambil resiko terhadap pekerjaannya karena sudah diperhitungkan artinya resiko yang di ambil tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah menurut Hastuti, P. et al. (2020).

UMKM mulai beranjak menjalani kegiatan usahanya yang awalnya bermula dari offline shop/ door to door, sekarang beranjak menjadi online shop. Setiap pemilik usaha harus melakukan online shop karena dampak dari pandemik. zaman dari hari ke hari selalupun termasuk dari segi promosi usaha dengan pemanfaatan Tik Tok Shop untuk UMKM. Oleh karena itu Salah satu yang media sosial yang digunakan untuk promosi adalah platform Tiktok shop.

Pada tahun 2020 Aplikasi Tik Tok berkembang pesat dan menjadi budaya barudi Indonesia. Meskipun aplikasi tersebut sudah ada sejak tahun 2018 namun belakangan ini aplikasi tersebut banyak digandrungi oleh masyarakat berbagai usia. Aplikasi Tiktok awalnya di gandrungi oleh anak generasi Z, instagram di grandungi oleh anak milenials, dan facebook di gandrungi oleh ibu-ibu dan para pengusaha. Sekarang trends tiktok sudah mulai dikenali dari berbagai usia dan juga berbagai usaha.

Salah satu yang menjadikan tiktok menjadi trend adalah manfaat yang dirasakan dari tiktok tersebut. Menurut Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D (2019) menyebutkan bahwa manfaat dari sebuah situs berpengaruh terhadap pembelian kembali. Ini sejalan dengan manfaat tiktok bagi kaum muda, yang sangat bermanfaat dari pergeseran offline shop ke online shop. Ini sangat membantu bagi kaum muda dalam promosi UMKM yang mereka lakukan.

Pada awal munculnya aplikasi tersebut sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dengan alasan aplikasi tersebut memberikan dampak

negatif untuk anak – anak. Setelah 2 tahun berlangsung aplikasi tik tok menjadi trend dan budaya baru buat masyarakat Indonesia (Utama dan Novina, 2018). Oleh karena itu Sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak dari beberapa sektor di UMKM Kota Padang seperti kuliner, fashion, jasa, dan sektor lainnya dalam pemanfaatan Tiktok Shop karena aplikasi tiktok menjadi sarana dan prasarana yang dapat mendukung UMKM kota Padang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah menurut pendapat, (Sugiyono 2013). Studi literature adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian. Menurut Danial dan Warsiah (2009:80),

Studi Literatur adalah merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku-buku, jurnal, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Teknik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengungkapkan berbagai teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang dihadapi/ diteliti sebagai bahan rujukan dalam pembahasan hasil penelitian.

Alasan peneliti memilih pendekatan dalam metode studi literatur ini adalah peneliti tidak memulai penyelidikan dengan satu teori tertentu lalu membuktikannya, namun dengan suatu bidang kajian dan hal-hal yang terkait dengan bidang tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia merupakan Negara yang tumbuh akan kekayaan SDM dan juga SDA nya, dengan adanya kekayaan alam di Indonesia turut membangun ekonomi kreatif dan inovasi dalam UMKM agar bisa menjadi nilai tambah bagi perekonomian di Indonesia. Selain membuka usaha maka hal ini juga dapat mengurangi pengangguran dengan menciptakan bidang usaha produktif menurut pendapat (Sari, dkk 2017). Salah satu upaya dari pemerintah untuk membangun perekonomian adalah dari sektor UMKM yang di kembangkan mulai dari kota hingga ke daerah-daerah dengan pemanfaatan digital marketing atau E-commerce.

E-Commerce adalah Perdagangan elektronik atau yang sering dikenal dengan e-commerce adalah pertukaran barang dan jasa melalui internet atau media elektronik lainnya yang meliputi komunikasi, transaksi dan penyelesaian mekanisme pembayaran sesuai dengan prinsip dasar yang berlaku pada perdagangan tradisional dimana pembeli dan penjual melakukan pertukaran barang atau jasa dengan media pembayaran berupa uang (Serfiani, Yustisia cita . 2013).

Maka dari itu para pengusaha terutama pada sektor pelaku usaha (UMKM) harus melakukan trobosan atau membuat strategi bisnis untuk mengatasimasa

ekonomi karena pandemi Covid-19 ini. Strategi bisnis yang tepat untuk memasarkan produk di masa pandemic covid19 ini adalah melalui digital marketing.

Online shopping adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-barang, jasa dan lain lain dari seorang penjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui Internet itu. Konsumen dan penjual memang tidak bisa bertemu secara langsung tau mereka bisa melihat produk baik atau buruknya dari feedback atau komen dari konsumen yang sudah membeli, rating dari sebuah aplikasi Tiktok tersebut. Belanja toko online adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen. (Cipta halim, 2010).

Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang lagi hits dikalangan anak muda, ibu-ibu bahkan para pengusaha. Tiktok adalah sosial media berbasis video singkat serta sekarang aplikasi ini juga diluncurkan dengan fitur live streaming, story, bahkan fitur yang memudahkan para pengusaha dan UMKM adalah tiktok shop yang dapat memudahkan para UMKM dapat menjual produknya dengan mengklik keranjang kuning dan konsumen bisa berbelanja di tiktok shop.

Perusahaan Tiktok menjadikan Tiktok Shop sebagai solusi, fitur, dan juga alat yang bisa memberikan peluang usaha bagi siapa saja, yang ingin fokus berjualan online. Fitur ini dapat ditemukan di bagian profil akun Tiktok kita pribadi, dengan ikon sebuah tas belanja atau keranjang kuning jika ada influencer yang ingin memasarkan produknya. Melalui tik tok shop, orang dapat berbelanja online seperti lewat e-commerce pada umumnya. Mereka juga bisa melakukan pembayaran dengan metode transfer atau lewat COD (cash on delivery). Shopeepay, gopay, dan transaksi lainnya yang dapat memudahkan konsumen didalam berbelanja.

Oleh karena itulah peranan aplikasi tiktok shop dapat membantu pemilik usaha dalam membangun bisnis onlinenya. Dengan kemudahan inilah konsumen tidak perlu capek-capek mengeluarkan waktu, uang transportasi untuk berbelanja di pasar atau mall karena semua produk sudah disediakan dalam satu aplikasi tiktok shop serta ongkos kirim yang gratis langsung diantarkan kerumah konsumen.

Pada dasarnya bermain dalam dunia digital sama halnya dengan bermain usaha dalam dunia offline. Dimana Pelaku bisnis harus mempunyai etika didalam berbisnis agar nantinya dapat menjaga alur dan juga pesaingan terhadap kompetitor. Etika bisnis mempunyai banyak kegunaan antara lain adalah menciptakan sikap yang jujur, adil, transparansi, dan sikap saling mengharga dalam proses menjalankan bisnis menurut pendapat (farlina,dkk 2021).

Keunggulan Berjualan di Tiktok shop

Keunggulan Berjualan di Tiktok Shop Bagi para pelaku bisnis online dan juga pemula dalam bisnis, Keunggulan berjualan di Tiktok Shop sebagai berikut:

1. Aplikasi Sosial Media yang Bisa Sambil Belanja

Biasanya, ketika membuka sosial media dan menemukan produk yang kita suka, kita akan keluar dari sosmed tersebut dan diarahkan ke sebuah website e-commerce. Setelah muncul platform ini, Anda tidak perlu lagi repot-repot scrolling di marketplace karena Tiktok menjadikannya satu platform. Selain bermain di sosial media, Anda juga bisa sambil jualan online dan belanja online kapan saja, dimana saja lewat fitur ini.

2. Memperluas Pasar Bisnis

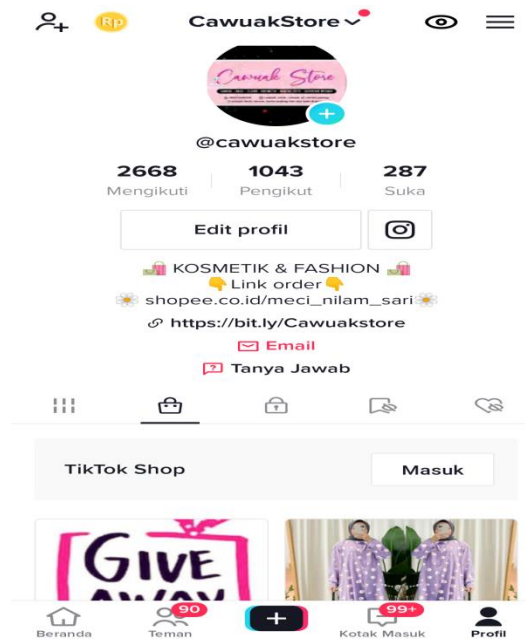
Bagi yang sudah berpengalaman dalam hal jualan online, fitur ini juga bisa menjadi cara baru untuk memperluas bisnis. Dengan banyaknya pengguna tik tok, langkah untuk semakin memperluas pasar lebih terbuka lebar. Hal ini tentunya bisa meningkatkan omzet penjualan bisnis.

Cara Daftar Menjadi Seller di Tiktok Shop

Berminat untuk berjualan di Tiktok Shop bersama beberapa keunggulannya tadi? Berikut ini cara daftar untuk menjadi seller di Tiktok Shop:

- Buka aplikasi Tiktok lewat situs alamat berikut <https://seller.d.Tiktok.com/account/welcome/>
- Setelah itu, lakukan Sign up terlebih dulu, jika memang belum memiliki akun resmi. cukup masukan alamat email atau nomor handphone saja.
- Kemudian, laman otorisasi akan muncul, bacalah dengan seksama lalu jika setuju dengan Syarat dan ketentuan dari Tiktok, ketika “otorisasikan”
- Lanjutkan verifikasi lewat email. Setelah itu, akan mendapatkan kode, lalu salin kode tersebut agar bisa melakukan verifikasi email
- Setelah akun berhasil dibuat, saatnya untuk mempelajari akun Tiktoknya,
- Lakukan beberapa hal dasar seperti mengedit profil, menambahkan produk yang akan dijual dan lain sebagainya
- Jika sudah selesai, sudah bisa mulai berjualan online lewat fitur ini.

Contoh pembuatan Tiktok shop akan berhasil jika di profil akun tiktok sudah muncul kolom keranjang contohnya ada pada gambar berikut ini:



Cara Promosi Bisnis di Tiktok Shop

Selain beberapa keunggulan yang dimiliki Tiktok Shop, dari segi digital marketingnya, aplikasi Tiktok memang memiliki *engagement rate* yang cukup tinggi dibandingkan aplikasi social media lainnya. Melansir dari hostinger, ER dari Tiktok ini mencapai 17.96% per unggahan. Sedangkan di Instagram sebesar 3.86%, youtube 1.63%. *Engagement rate* yang tinggi, tentunya memudahkan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan dan komunikasi terhadap konsumennya. Adapun cara promosi di Tiktok Shop yang tepat, sebagai berikut:

- Pastikan membuat akun bisnis, atau akun Tiktok Shop sendiri
- Kenali aplikasi Tiktok dengan lebih detail, kenali calon konsumennya secara mayoritas
- Fokus untuk membuat konten yang berkualitas, tidak hanya produk yang dijual, konsumen juga ingin tau bagaimana proses pembuatannya hingga menjadi suatu produk. Atau berikan "how to" dan tutorial.
- Manfaatkan fitur-fitur dalam aplikasi Tiktok, *filter*, *sound*, *effect*, bisa Anda manfaatkan untuk menjadikan promosi semakin unik dan diminati dan manfaatkan juga fitur *stitch* di Tiktok
- Daftar *Tiktok Ads*
- Join *influencer* di Tiktok
- Gunakan *hashtag challenge* di setiap unggahan

SIMPULAN

Pada dasarnya berjualan offline dan online sama saja yang membedakan adalah aplikasi yang menghubungkan UMKM dengan konsumen walaupun konsumen dan pemilik usaha tidak bertemu secara langsung tetapi mereka bisa

berkomunikasi dengan menggunakan media sosial yaitu aplikasi Tiktok Shop. Tiktok Shop adalah aplikasi yang mempunyai banyak fitur serta mendapatkan keuntungan yang lebih bagi konsumen dan pengusaha dengan fitur yang ada. Oleh karena itu dengan keadaan new normal ini diharapkan UMKM dapat lebih meningkatkan eksistensinya pada media sosial Tiktok Shop Untuk usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Cita Yustisia. 2013. Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik. Jakarta : Gramedia Pustaka

Danial dan Wasriah, 2009, Metode Penulisan Karya Ilmiah, Bandung:

Laboratorium PKn Universitas Pendidikan Nasional

Farlina, W. ., Nilam Sari, M. ., & Nadia. (2021). Dampak Covid- 19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita di Kuranji Kota Padang. Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta), 1(1), 48 –52. Diambil dari <http://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakaaktiva/article/view/220>

Hastuti, P. et al. (2020) Kewirausahaan dan UMKM. Medan: Yayasan Kita Menulis.

<https://accurate.id/digital-marketing/tiktok-shop-pengertian-keunggulan-dan-cara-berjualannya/>

Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). The Influence of Perceived of Usefulness, Perceived Ease of Use, and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia.com. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 64(1), 429–438. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.20>

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>

Utama, Lazuardhi dan Novina P.B. 2018. Ini Penyebab Kominfo Putuskan Blokir TikTok.

<https://www.viva.co.id/digital/digilife/1050527-ini-penyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok> (diakses pada tanggal 15 mei 2022).

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>

Sari, N. M. (2022). Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era at the Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMIPC KURANJI) Padang City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>

Sari, M. N., Rizal, M., & Purnomo, M. (2017). Business Performance of Women Entrepreneurs in Iwapi City Bandung. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*. Vol. 4, No. 11, (20-25) <https://www.ijmas.org/4-11/IJMAS-41106-2017-1.pdf>

Sugiyono, 2013, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta