



## **The Utilization of TikTok Shop as a Promotion Platform and Real-Time Interaction with Consumers**

**Shinta Abdul Rahman<sup>1</sup>, Hanisa Mafinanik<sup>2</sup>, Niaqar Febrianti<sup>3</sup>, Nanda Murni<sup>4</sup>,  
Fadli Nurgamma Purwanto<sup>5</sup>, Akbar<sup>6</sup>, Muhamad Fadlan Rumadai<sup>7</sup>, Abdul  
Karim<sup>8</sup>**

IAIN Fattahul Muluk Papua

[shintaabdulrahman@gmail.com](mailto:shintaabdulrahman@gmail.com)

**Abstract:** The Student Work Practice Program (PKM) aims to provide outreach to the public about the use of TikTok Shop as a potential digital platform for product marketing, especially for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The activity was held on Monday, October 21 2024 at 16.00 WIT at the Babul Khair Mosque, with permission from Ustadz Arie as head of the mosque takmir. The methods used include presentations, live demonstrations of creating an account and uploading products on the TikTok Shop, as well as a question and answer session to answer participants' problems. The results of the activity showed that participants, especially MSME players, experienced an increased understanding of the steps to use TikTok Shop to develop their business. However, some participants still need further training regarding creative content strategy and digital marketing. This activity succeeded in making a positive contribution in increasing digital literacy among MSMEs, thereby encouraging them to be more adaptive to developments in digital technology in business.

**Keywords:** Utilization Of Tiktok Shop, Promotion Platform, Real-Time Interaction With Consumers

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital yang telah kita rasakan saat ini telah membuka banyak peluang baru salah satunya di sektor perdagangan dan pemasaran. Salah satu platform media sosial yang sangat banyak diminati ialah Tiktok, Tiktok awalnya berfokus pada konten video pendek dan sarana hiburan. Semakin meningkatnya popularitas Tiktok, Tiktok kemudian meluncurkan Tiktok Shop, fitur *e-commerce* yang memungkinkan para penggunanya untuk berbelanja dan berjualan produk mereka langsung melalui aplikasi. Hal ini tentu saja membuka dan menciptakan peluang bagi para pelaku usaha, khususnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), untuk mempromosikan dan menjual produk mereka dengan cara yang efisien dan interaktif serta memperluas jangkauan pasar mereka dengan biaya yang relatif rendah..

Tiktok Shop merupakan fitur yang memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi jual beli secara langsung melalui aplikasi Tiktok. Tiktok Shop memanfaatkan konsep *live shopping* dan pemasaran interaktif, Tiktok Shop memiliki daya tarik tersendiri, terutama pada kalangan generasi muda. Berdasarkan data terbaru, pengguna Tiktok digunakan untuk keperluan bisnis semakin meningkat, dan platform ini telah menjadi salah satu alat yang efektif untuk memperkenalkan, mempromosikan atau mengiklankan produk dan membangun *Brand awwaeness* secara luas.

Namun, di sisi lain masih banyak masyarakat atau pelaku usaha yang belum memahami cara memanfaatkan Tiktok Shop dengan optimal untuk menunjang bisnis mereka. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang kami laksanakan bertujuan untuk melakukan sosialisasi pemanfaatan Tiktok Shop kepada masyarakat. Melalui praktek atau program ini, kami sangat berharap dapat meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya dalam memanfaatkan platform *e-commerce* di media sosial, seperti Tiktok Shop. Dengan pemahaman dan keterampilan yang memadai, diharapkan masyarakat, terutama pelaku UMKM, dapat menjadikan fitur Tiktok Shop di aplikasi Tiktok sebagai sarana efektif dalam menunjang UMKM, baik sebagai media dalam memasarkan dan menjual produk mereka, sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan digital yang semakin meningkat dan ketat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, kami menggunakan metode sosialisasi dan edukasi, metode ini melibatkan penyampaian informasi melalui presentasi, ceramah, atau diskusi kepada masyarakat. Salah satunya yaitu Tiktok Shop, dilakukan untuk memberikan pengetahuan dasar dan cara praktis penggunaan fitur-fitur Tiktok Shop sebagai sarana bisnis.

Sekain menggunakan metode sosialisasi dan edukasi, kami juga menggunakan Metode Demonstrasi yang bertujuan untuk memperlihatkan secara langsung cara menggunakan Tiktok Shop, misalnya dengan menunjukkan langkah-langkah pembuatan akun, upload produk, atau cara

melakukan transaksi. kami menggunakan metode ini dikarenakan metode ini lebih efektif agar masyarakat dapat melihat dan memahami prosedur secara langsung.

## **HASIL DAM PEMBAHASAN**

### **Waktu dan Tempat Pelaksana**

Kegiatan sosialisasi tentang Tiktok Shop kepada masyarakat dilaksanakan pada Senin, 21 Oktober 2024, pukul 16.00 WIT. Acara bertempat di Masjid Babul Khair, yang merupakan tempat yang strategis untuk mengundang masyarakat terkhusus para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang cara Pemanfaatan Tiktok Shop Sebagai Media Promosi dan Interaksi Real-Time Dengan Konsumen.

### **Persiapan Dan Izin**

Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim PKM melakukan persiapan yang meliputi pengaturan tempat dan izin. Izin untuk melangsungkan acara ini diberikan oleh Ustadz Arie yang bertugas sebagai Imam Masjid Babul Khair, yang telah mendukung kegiatan sosialisasi kepada masyarakat. Proses pengajuan izin dilakukan 5 hari sebelum acara, dengan Ustadz Arie diberikan persetujuan menggunakan Aula Masjid dan fasilitas masjid lainnya seperti, karpet, kipas angin dan Papan tulis sebagai tempat dan alat untuk menunjang kegiatan sosialisasi. Persetujuan ini sangat penting untuk kelancaran acara dan memastikan tidak ada gangguan dari pihak luar.



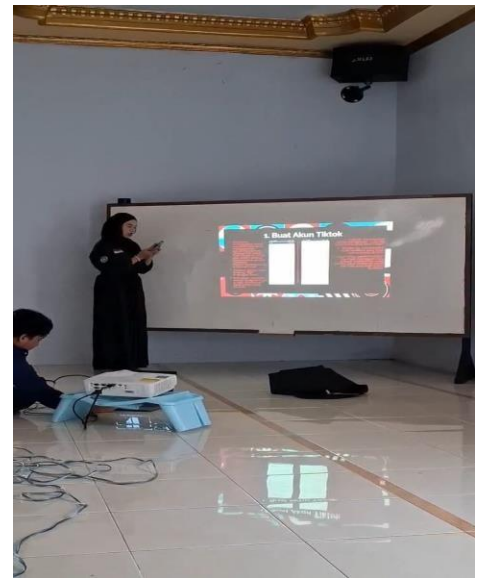
Gambar 1. Tim memasang spanduk di aula Masjid

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dimulai dengan sambutan singkat dari Dosen Pengampuh mata kuliah Manajemen Pemasaran Ibu Shinta Abdul Rahman, M. SI. Yang menjelaskan tujuan dan manfaat kegiatan ini. Setelah itu, pemateri mulai menyampaikan materi yang mencakup langkah-langkah praktis untuk memulai bisnis menggunakan Tiktok Shop. Materi tersebut meliputi:

- Pengenalan Tiktok Shop dan fitur-fitur utamanya.
- Langkah-langkah pembuatan akun Tiktok Shop.
- Cara mengunggah produk, membuat konten, dan mempromosikan produk.
- Strategi pemasaran menggunakan video pendek dan *live streaming*

Setelah presentasi, dilanjutkan dengan demonstrasi langsung mengenai pembuatan akun dan pengunggahan produk.



Gambar 2. Sambutan dari Ibu Shinta Abdul Rahman, M. SI. Gambar 3. Proses pembuatan akun

## **Evaluasi dan Respon Peserta**

Peserta yang hadir dalam kegiatan ini berjumlah kurang dari 10 orang pelaku usaha kecil dan menengah yang tertarik untuk memperluas pasar mereka melalui platform digital. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan setelah kegiatan, para peserta mengungkapkan bahwa kegiatan ini memberikan wawasan baru dalam hal penggunaan teknologi digital untuk jualan.

Namun, sebagian peserta juga mengaku masih bingung tentang cara efektif membuat konten kreatif yang bisa menarik perhatian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka sudah memahami dasar penggunaan TikTok Shop, masih ada kebutuhan untuk pelatihan lebih lanjut mengenai pembuatan konten yang efektif dan strategi pemasaran.

## **Pembahasan**

Kegiatan sosialisasi ini berjalan dengan sukses, dengan banyak peserta yang merasa lebih siap untuk memanfaatkan TikTok Shop sebagai sarana bisnis mereka. Sosialisasi ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat tentang cara menggunakan platform media sosial untuk tujuan bisnis, khususnya dalam dunia e-commerce.

Proses perizinan yang dilakukan dengan Ustadz Arie berjalan lancar dan memperlancar pelaksanaan kegiatan. Izin yang diberikan menunjukkan dukungan positif terhadap inisiatif pendidikan digital untuk masyarakat.

Namun, hasil evaluasi menunjukkan adanya kekurangan dalam pemahaman tentang pembuatan konten yang menarik dan strategi pemasaran digital yang lebih mendalam. Oleh karena itu, sangat penting untuk melanjutkan pelatihan-pelatihan berikutnya yang lebih terfokus pada teknik pemasaran kreatif dan analisis pasar melalui TikTok.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama pelaku UMKM yang membutuhkan pemahaman tentang cara memanfaatkan platform digital dalam mengembangkan bisnis mereka. Sosialisasi ini juga membuka peluang untuk program-program edukasi digital yang lebih lanjut di masa depan.

## **SIMPULAN**

Pelatihan TikTok Shop yang dilaksanakan pada Senin, 21 Oktober 2024, pukul 16.00 WIT di Masjid Babul Khair berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya pelaku UMKM, tentang penggunaan platform digital untuk bisnis. Dukungan dari Ustadz Arie sebagai Imam Masjid sangat membantu kelancaran kegiatan. Meskipun peserta memahami dasar penggunaan TikTok Shop, masih diperlukan pelatihan lanjutan mengenai pembuatan konten kreatif dan strategi pemasaran yang lebih mendalam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA). (2022). Laporan E-commerce Indonesia.
- Prihatin, E.T., & Setyorini, D. (2021). Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Indonesia dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 45-60.
- Rahmawati, S., & Rachmawati, E. (2021). Analisis Peran Literasi Digital Terhadap Peningkatan Kewirausahaan Berbasis Media Sosial di Kalangan Pelaku Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(2), 79-89.

## *Journal of Community Engagement in Economics*

- Putri, A., & Wardhana, D.E.C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Digital bagi Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 21(2), 134-150.
- Statistik Indonesia (BPS). (2022). *Survei Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada UMKM*.