



STRATEGI PEMASARAN ONLINE MELALUI TIKTOK SHOP PADA HASIL PENJUALAN KRIPIK PISANG DI DESA SRI TANJUNG KECAMATAN SEMENDAWAI BARAT KABUPATEN OKU TIMUR

Oleh: Leo Mursid^{1*}, Kuatno², Mursilah³

jayaleo05@gmail.com

¹ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

² Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

³ Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

***Abstrak-** Latar belakang dalam penelitian ini adalah besarnya potensi pemasaran online untuk mengembangkan perusahaan khususnya UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mendeskripsikan dan membahas data serta informasi yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. Berdasarkan hasil wawancara dengan para responden terkait penggunaan online melalui tiktok shop dalam memasarkan kripik pisang adalah strategi pemasaran online melalui TikTok Shop dalam memasarkan kripik pisang di desa Sri Tanjung dapat dilakukan dengan cara membuat akun bisnis di platform TikTok Shop. Dengan akun bisnis, dapat mengelola dan mempromosikan produk kripik pisang dengan lebih efektif. UMKM dapat membuat dan membagikan video pendek yang menampilkan produk kripik pisang, interaksi dengan pengguna, dan menjawab pertanyaan.*

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tik Tok Shop, Hasil Penjualan

***Abstract-** Deep background this research is the magnitude the potential of online marketing to develop companies, especially MSMEs. This research uses a qualitative method which describe and discuss data and information obtained through observation and interviews. Based on the results of interviews with respondents regarding the use of online through TikTok Shop in marketing banana chips is an online marketing strategy through TikTok Shop in marketing banana chips in Sri Tanjung village can be done by creating a business account on the TikTok Shop platform. With a business account, you can manage and promote banana chip products more effectively. MSMEs can create and share short videos that display banana chip products, interact with users, and answer questions.*

Keywords: Marketing Strategy, Tik Tok Shop, Sales Results

PENDAHULUAN

Sektor industri di Indonesia semakin berkembang, khususnya pada sektor makanan ringan yang banyak diminati konsumen lokal. Seiring berkembangnya dunia digital, pemasaran makanan ringan menjadi semakin umum. Para pembuat makanan ringan menggunakan media sosial

TikTok karena merupakan salah satu platform yang paling populer dan diapresiasi oleh masyarakat di semua lapisan, mulai dari anak kecil hingga orang tua. Pemerintah berharap dengan semakin meningkatnya penjualan keripik pisang di Indonesia, khususnya di Kabupaten OKU Timur, jajanan keripik pisang ini nantinya bisa dijadikan jajanan atau oleh-oleh khas daerah dan

pada akhirnya menjadi lebih baik. Guna mendorong omzet masyarakat OKU Timur dan meningkatkan PDB Kabupaten OKU Timur, pemerintah mendukung perluasan pemasaran keripik pisang di Indonesia khususnya di Kabupaten OKU Timur. Tujuan akhirnya adalah jajanan keripik pisang menjadi produk unggulan yang dapat dijadikan jajanan maupun oleh-oleh khas Kabupaten OKU Timur.

Selain menjual barang dan jasa, pemasaran mencakup sejumlah operasi lain yang lebih rumit, seperti mempelajari perilaku pelanggan, menilai potensi pasar, menciptakan barang baru, dan mendistribusikan serta mempromosikan komoditas yang dijual. Menurut Marissa (2022) Untuk mencapai tujuan perusahaan, strategi pemasaran menyelaraskan inisiatif pemasaran (yaitu produk, harga, promosi, lokasi, dan distribusi) dengan peluang pasar sasaran. Sederhananya, rencana pemasaran pada dasarnya menguraikan bagaimana tujuan pemasaran dapat dicapai. Kondisi pasar atau persaingan, kemajuan teknologi, kondisi ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, kondisi sosial budaya, dan situasi politik semuanya dianggap sebagai elemen lingkungan untuk mengembangkan strategi pemasaran.

Masing-masing elemen ini berpotensi menghadirkan risiko atau peluang bagi pemasaran produk. Faktor-faktor yang berkaitan dengan pelaksanaan operasi bisnis, seperti keuangan dan pengeluaran, pemasaran, produksi, organisasi, dan sumber daya manusia, diperiksa secara internal oleh perusahaan saat membuat rencana pemasaran. Setiap elemen internal yang berkaitan dengan operasi bisnis dapat mengungkapkan kelebihan atau kekurangannya. Seperti telah disebutkan

sebelumnya, unsur lingkungan atau eksternal adalah unsur-unsur yang berada di luar kendali pimpinan perusahaan, khususnya dalam bidang pemasaran. Sebaliknya, faktor internal dalam pemasaran adalah variabel yang dapat dikelola oleh para eksekutif bisnis pada umumnya dan eksekutif pemasaran secara khusus. Variabel-variabel tersebut meliputi produk, biaya, strategi pemasaran, distribusi, dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan

Pasar global saat ini telah mengalami banyak perubahan, yang masing-masing memiliki dampak beragam. Sektor bisnis mengalami perubahan paling signifikan. Bersamaan dengan itu, internet berkembang lebih cepat dari perkiraan setahun yang lalu, sehingga menimbulkan keyakinan bahwa internet pada akhirnya akan menjadi “tulang punggung” bagi hampir setiap sektor bisnis. Upaya pemasaran dipengaruhi oleh pertumbuhan internet yang eksplosif. Pengusaha baru-baru ini mulai menggunakan kegiatan pemasaran online. Karena kemampuannya menjangkau pasar yang besar, pemasaran online lazim dianggap sebagai sarana menarik pelanggan.

Potensi pemasaran online untuk mengembangkan perusahaan sangatlah besar. Bisnis keripik pisang menjadi salah satu bisnis yang bisa diciptakan. Masyarakat khususnya OKU Timur mengenal keripik pisang karena aksesibilitasnya yang sederhana dan jangkauan pemasarannya yang lebih luas. Aksesibilitas internet dan ketersediaan jaringan internet sama-sama berkontribusi terhadap kemudahan pemasaran online. sebuah prosedur di mana suatu bisnis memberikan nilai tambah bagi klien dan memupuk ikatan abadi dengan mereka untuk mendapatkan nilai dari mereka sebagai imbalannya, (Rofiki, M. (2021). Populasi

pengguna internet di Indonesia selalu tumbuh dengan kecepatan yang signifikan. Dunia telah menyaksikan dunia baru, interaksi baru, pasar baru, dan dunia tanpa akhir berkat teknologi informasi.

Indonesia memiliki lebih banyak pengguna internet dibandingkan gabungan Jerman dan Rusia, sehingga menempatkan Indonesia pada peringkat keenam di dunia. Hasilnya, Indonesia kini memiliki basis pengguna internet terbesar di dunia. Jumlah masyarakat Indonesia yang menggunakan internet Angka ini diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan semakin mudahnya Indonesia mengakses internet. Tentu saja, hal ini merupakan gambaran masyarakat yang lebih sering menggunakan layanan internet mengingat pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap peningkatan penggunaan internet adalah penggunaan media sosial. Teknologi berbasis web yang memfasilitasi pembuatan, berbagi, dan pertukaran informasi dalam jaringan sosial dan saluran komunikasi disebut sebagai media sosial.

Informasi yang diposting ke situs media sosial dalam bentuk teks, foto, video, atau format digital lainnya disebut sebagai substansi. Berdasarkan uraian di atas, banyaknya orang yang memiliki akses internet jangka panjang menjadikan pemasaran media sosial dan pasar sebagai pilihan yang layak dipertimbangkan oleh hampir semua produsen. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pelaku usaha yang mampu meningkatkan pemasaran produk setelah bereksperimen dengan pemasaran online. Selain menjual keripik pisang di wilayah Kota OKU Timur, pihaknya juga mulai memasarkan aplikasi TikTok secara online. Tiktok adalah aplikasi online yang berpusat pada media sosial

dan menawarkan kemampuan untuk membuat dan memposting video berdurasi 15 detik yang menampilkan komedi, tarian, nyanyian, atau acara sehari-hari lainnya seperti rapat, makan, dan lain sebagainya (Made, G., & Bagus, N. (2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau enterpivitas, digunakan untuk meneliti keadaan alam suatu objek, dimana peneliti sebagai instrumen kuncinya. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dan dokumentasi), data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil kualitatif. Penelitian meliputi pemahaman makna, pemahaman keunikan, dan konstruksi fenomena. Gambaran menyeluruh tentang tahapan perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, analisis, dan interpretasi yang dilakukan dari awal penelitian hingga kesimpulannya disediakan melalui proses berurutan yang dikenal sebagai desain penelitian. Menurut (Arikunto, 2014), desain penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang serbaguna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Satu informan, seorang produsen keripik pisang di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat, menjadi informan penelitian. Untuk memperkuat dan memperjelas data yang diperoleh di lapangan, peneliti melakukan wawancara mendalam atau yang dikenal dengan istilah indepth meet. Inspeksi

bertujuan digunakan untuk memilih semua informan karena berisi individu-individu yang dipilih sesuai dengan standar yang dikembangkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria untuk informan yang dipilih harus didasarkan pada persyaratan yang telah diidentifikasi oleh peneliti dan kemudian mempertimbangkan berdasarkan penerapannya pada penelitian ini.

Berdasarkan judul penelitian, yaitu pemanfaatan media daring melalui toko TikTok untuk meningkatkan penjualan mesin pembuat keripik pisang di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat, maka peneliti akan membahas hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di lapangan. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengindikasikan bahwa sektor teknologi informasi dan komunikasi global saat ini tengah bergerak ke arah mobilitas yang sangat rumit dan melampaui batas ruang dan waktu. Oleh karena itu, untuk membangun potensi diri, maka penting untuk memahami keberadaan berbagai perangkat teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dengan memahami, memanfaatkan, dan memelihara perangkat teknologi informasi dan komunikasi. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan toko tiktok dan media internet untuk mendongkrak penjualan bagi produsen keripik pisang di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat. Temuan penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan prosedur pengumpulan informasi berbasis wawancara, yang digunakan untuk mengumpulkan data autentik. Karena struktur wawancara yang peneliti buat bukanlah seperangkat aturan, jika tanggapan informan tidak jelas, peneliti akan menyelidiki lebih dalam untuk memperoleh informasi lebih banyak dari

mereka sebelum melakukan analisis. Menggunakan toko tiktok dan media internet untuk mendongkrak penjualan bagi produsen keripik pisang di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat

Strategi Pemasaran Media Online Melalui Tiktok Shop

Temuan dari alur komunikasi yang dilakukan oleh produsen keripik pisang seperti cara membuat penawaran atau promosi secara daring melalui toko TikTok ini berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan narasumber dan pengamatan langsung. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Ibu Sumiati (45 tahun) produsen keripik pisang di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat.

Pembahasan

Strategi Pemasaran Online Melalui Tiktok Shop

Informasi yang diperoleh dari hasil observasi mendalam dan wawancara dengan beberapa informan penelitian mengenai pemanfaatan TikTok Shop untuk memasarkan keripik pisang secara daring di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur, akan diuraikan dan dibahas pada subbab ini. Berdasarkan hasil wawancara informan mengenai pemanfaatan TikTok Shop untuk pemasaran keripik pisang secara daring di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur, pemasaran keripik pisang di Desa Sri Tanjung, Kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur dapat dilakukan dengan membuat akun bisnis pada platform TikTok Shop. Dengan akun bisnis, dapat mengelola dan mempromosikan produk kripik pisang dengan lebih efektif. Ibu dapat membuat dan membagikan video pendek yang menampilkan produk kripik pisang,

interaksi dengan pengguna, dan menjawab pertanyaan. Selain itu juga dapat menggunakan fitur-fitur seperti efek, channel, dan musik untuk membuat iklan yang menarik dan mudah diikuti. Selain itu, ibu juga dapat memanfaatkan influencer atau pengguna dengan banyak pengikut untuk mempromosikan produk kripik pisang. Selain itu juga dapat memantau metrik kunci seperti jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah bagikan, jumlah komentar, dan jumlah klik ke situs web atau halaman penjualan untuk mengukur keberhasilan pemasaran. Namun, penting bagi produsen untuk diingat bahwa strategi pemasaran yang *withering* efektif akan tergantung pada individu dan produk kripik pisang.

Peningkatan Penjualan Kripik Pisang Di Desa Sri Tanjung Kecamatan Semendawai Barat Kabupaten OKU Timur

Peningkatan penjualan kripik pisang dengan menggunakan aplikasi TikTok shop di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur akan tergantung pada strategi pemasaran yang digunakan. Dalam menggunakan TikTok dengan efektif dan dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen, maka kemungkinan besar akan terjadi peningkatan dalam penjualan kripik pisang. Sehingga dapat melacak metrik kunci seperti jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah bagikan, jumlah komentar, dan jumlah klik ke situs web atau halaman penjualan untuk mengukur keberhasilan pemasaran. Juga dapat menggunakan alat analitik untuk melacak metrik kunci seperti tingkat konversi, biaya per akuisisi, dan return on speculation. Selain itu, dapat memantau interaksi dengan pengguna dan melihat seberapa besar respons dari pengguna terhadap iklannya. Namun, penting bagi produsen untuk diingat

bahwa hasil pemasaran tidak hanya diukur dari metrik kunci, tetapi juga dari peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen bagi penikmat kripik pisang di desa Sri Tanjung kecamatan Semendawai Barat kabupaten OKU Timur.

Dengan menggunakan strategi pemasaran online melalui TikTok Shop dengan efektif, maka kemungkinan besar akan terjadi peningkatan dalam penjualan kripik pisang di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur. TikTok Shop menyediakan stage yang efektif untuk mempromosikan dan menjual produk secara online. Sehingga dapat membuat dan membagikan video pendek yang menampilkan produk kripik pisang, interaksi dengan pengguna, dan menjawab pertanyaan. Ibu juga dapat menggunakan fitur-fitur seperti efek, channel, dan musik untuk membuat iklan yang menarik dan mudah diikuti. Selain itu, juga dapat memanfaatkan influencer atau pengguna dengan banyak pengikut untuk mempromosikan produk kripik pisang, juga dapat memantau metrik kunci seperti jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah bagikan, jumlah komentar, dan jumlah klik ke situs web atau halaman penjualan untuk mengukur keberhasilan pemasaran. Namun, penting bagi produsen untuk diingat bahwa strategi pemasaran yang *withering* efektif akan tergantung pada individu dan produk kripik pisang, sehingga dengan hal seperti ini dengan menggunakan media online melalui pendekatan tiktok shop dapat meningkatkan penjualan kripik pisang di desa Sri Tanjung kecamatan Semendawai Barat kabupaten OKU Timur.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik

observasi dan wawancara yang dilaksanakan pada produsen kripik pisang ibu Sumiati yang bertempat di desa Sri Tanjung kecamatan Semendawai Barat kabupaten OKU Timur dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Online Melalui Tiktok Shop Dalam Memasarkan Kripik Pisang Di Desa Sri Tanjung Kecamatan Semendawai Barat Kabupaten OKU Timur adalah Strategi pemasaran online melalui TikTok Shop dalam memasarkan kripik pisang di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur dapat dilakukan dengan cara membuat akun bisnis di stage Tik Tok Shop.
2. Peningkatan penjualan kripik pisang dengan menggunakan aplikasi Tik Tok shop di desa Sri Tanjung, kecamatan Semendawai Barat, Kabupaten OKU Timur akan tergantung pada strategi pemasaran yang digunakan. Dalam menggunakan Tik Tok dengan efektif dan dapat meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen, maka kemungkinan besar akan terjadi peningkatan dalam penjualan kripik pisang. Sehingga dapat melacak metrik kunci seperti jumlah tayangan, jumlah suka, jumlah bagikan, jumlah komentar, dan jumlah klik ke situs web atau halaman penjualan untuk mengukur keberhasilan pemasaran.
3. Situasi penting bagi produsen untuk diingat bahwa strategi pemasaran yang withering efektif akan tergantung pada individu dan produk kripik pisang, sehingga dengan hal seperti ini dengan menggunakan media online melalui tiktok shop dapat meningkatkan penjualan kripik

pisang di desa Sri Tanjung kecamatan Semendawai Barat kabupaten OKU Timur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Nurul Huda OKU Timur, khususnya Dosen Pendidikan Ekonomi dan rekan-rekan sejawat yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sinar Grafika Offset.
- Made, G., & Bagus, N. (2023). *Strategi Promosi Pada Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Pada Toko Online Raja Accessories Seminyak. - Penelusuran Google*. (N.D.). Retrieved December 19, 2024, from <https://acesse.one/ltEiI>
- Rofiki, M. (2021). *Strategi Pemasaran Online Shop: Upaya Untuk Meningkatkan Volume Penjualan. Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis. -*
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan : Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D / Sugiyono | Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.*