

EDUKASI DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM SABUN SLINKY MELALUI OPTIMALISASI KONTEN TIKTOK

Dita Nurdianti¹, Hesty Prima Rini²

ditanurdianti10@gmail.com¹, hestyprimarini.mnj@upnjatim.ac.id²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah terdorong untuk menggunakan strategi pemasaran modern sebagai akibat dari transformasi digital, salah satunya adalah menggunakan media sosial TikTok. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk edukasi UMKM Sabun Slinky dalam mengoptimalkan konten TikTok sebagai alat pemasaran digital dan menemukan cara terbaik untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Metode yang digunakan meliputi tahap persiapan (penyusunan strategi konten, pemilihan hashtag, dan persiapan alat), tahap pelaksanaan (edukasi bahan produk dan promosi melalui live streaming TikTok), serta tahap evaluasi (analisis data performa akun sebelum dan sesudah). Hasil menunjukkan bahwa strategi konten yang kreatif, edukatif, dan penggunaan hashtag yang tepat secara signifikan meningkatkan jangkauan dan interaksi audiens. Konsumen lebih percaya pada Sabun Slinky setelah mendapatkan informasi tentang bahan produk. Tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga konsistensi pengunggahan konten. Saran pengembangan termasuk penjadwalan konten rutin, memanfaatkan fitur TikTok secara maksimal, dan analisis data performa konten untuk perbaikan berkelanjutan. Diharapkan bahwa program ini akan menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif di era modern.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Digital, Tiktok, Konten Kreatif, Edukasi Produk, Strategi Pemasaran, Media Sosial, Sabun Slinky, Live Streaming, Daya Saing.

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (UMKM) have been encouraged to use modern marketing strategies as a result of digital transformation, one of which is using TikTok social media. This community service program aims to educate Slinky Soap UMKM in optimizing TikTok content as a digital marketing tool and finding the best way to improve their competitiveness and business sustainability. The methods used include the preparation stage (content strategy preparation, hashtag selection, and tool preparation), the implementation stage (product material education and promotion through TikTok live streaming), and the evaluation stage (analysis of account performance data before and after). The results show that creative, educational content strategies and the use of appropriate hashtags significantly increase audience reach and interaction. Consumers trust Slinky Soap more after getting information about product ingredients. The main challenge faced is maintaining consistency in uploading content. Development suggestions include scheduling regular content, making maximum use of TikTok features, and analyzing content performance data for continuous improvement. It is hoped that this program will inspire other UMKM to use social media as an effective marketing tool in the modern era.

Keywords: *UMKM, Digital Marketing, Tiktok, Creative Content, Product Education, Marketing Strategy, SocialMedia, Slinky Soap, Live Streaming, Competitiveness.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang bisnis dan pemasaran. Transformasi digital telah mendorong pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), untuk beradaptasi dengan strategi pemasaran yang lebih modern dan inovatif. Salah satu perubahan besar yang terjadi adalah pergeseran pola

pemasaran dari konvensional ke digital, di mana media sosial memegang peranan penting sebagai sarana promosi, komunikasi, dan interaksi dengan konsumen (Li et al., 2016).

Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial seperti TikTok telah menjadi salah satu platform yang sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia, terutama generasi muda. TikTok menawarkan berbagai fitur kreatif seperti video pendek, live streaming, dan efek visual yang menarik, sehingga mampu menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat (Hayati & Sudradjat, 2022). Fenomena ini membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan TikTok sebagai media pemasaran digital yang efektif, tidak hanya untuk meningkatkan brand awareness, tetapi juga untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk (Bandawaty et al., 2024).

Namun, meskipun peluang yang ditawarkan oleh TikTok sangat besar, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dalam mengoptimalkan platform ini. Beberapa kendala yang sering dihadapi antara lain adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten yang menarik, kurangnya pemahaman mengenai algoritma TikTok, serta minimnya strategi pemasaran digital yang terstruktur (Ramadhan et al., 2021). Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan media sosial sebagai sumber informasi dan referensi produk juga menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menyampaikan pesan pemasaran secara kreatif dan relevan (Nurhasanah et al., 2023).

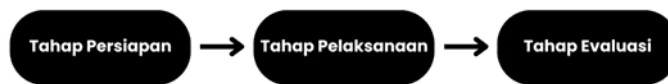
Salah satu UMKM yang bergerak di bidang produk perawatan tubuh yaitu Sabun Slinky. Produk ini dibuat untuk memenuhi permintaan pelanggan yang semakin sadar akan pentingnya menggunakan produk kesehatan dan kecantikan yang aman dan berkualitas tinggi. Sabun Slinky hebat karena dibuat dengan bahan-bahan seperti Niacinamide, Glutathione, Collagen, Alpha Arbutin, Salmon DNA, dan Goat Milk. Selain itu, kemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan menjadi nilai tambah yang mendukung branding pemasaran dan merek di era internet saat ini.

Sabun Slinky menghadapi banyak tantangan dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan sebagai UMKM yang masih berkembang, terutama di tengah persaingan yang ketat dengan produk sejenis dari berbagai merek. Akibatnya, Sabun Slinky berusaha melakukan pendekatan pemasaran digital melalui platform media sosial, terutama TikTok, yang memiliki potensi besar untuk menjangkau konsumen yang lebih muda dan pasar yang lebih luas. Dengan menggunakan fitur live streaming dan konten kreatifnya di TikTok, Sabun Slinky dapat berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen, memberi tahu mereka tentang manfaat produk mereka, dan membangun komunitas pelanggan yang setia.

Pada program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung UMKM Sabun Slinky dalam konten TikTok sebagai sarana pemasaran digital, serta mengidentifikasi strategi efektif yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Selain itu juga, diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi UMKM lain dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif di era digital, serta menjadi referensi bagi pengembangan literasi digital marketing di kalangan UMKM Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan pada pengabdian ini terdiri dari tiga tahap sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan untuk menjalani metode
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Tahap Persiapan

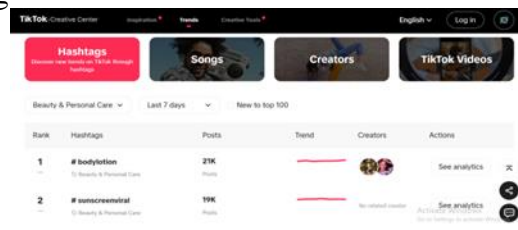
Menyusun Strategi Konten yang Menarik



Gambar 2. Tahapan menyusun strategi pengambilan gambar
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Membangun strategi konten yang menarik adalah langkah pertama yang sangat penting dalam mengoptimalkan penggunaan TikTok untuk UMKM Sabun Slinky. Strategi ini harus dapat menarik perhatian penonton sejak awal video dengan menggunakan hook yang kuat, seperti pertanyaan atau pernyataan yang menarik. Agar konten tidak hanya informatif tetapi juga menyenangkan untuk ditonton, konten harus menggabungkan unsur hiburan dan edukasi. Agar pesan yang disampaikan mudah dipahami dan tidak membosankan, video harus singkat dan padat (sekitar 30 hingga 60 detik).

Mempersiapkan Hashtag



Gambar 3. Platform untuk melihat trend hashtag viral
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Menyiapkan hashtag yang tepat merupakan langkah penting dalam meningkatkan jangkauan dan visibilitas konten di TikTok. Hashtag berfungsi sebagai kata kunci yang membantu pengguna yang memiliki minat serupa. Ini memungkinkan konten untuk tersebar lebih luas secara organik. UMKM harus melakukan riset untuk menemukan hashtag yang sedang populer dan relevan dengan produk sabun, seperti #sabun, #skincare, #sabunalami, atau #sabunhandmade. Selain menggunakan hashtag yang populer dan banyak dicari, penting juga untuk menambahkan hashtag yang unik, seperti #sabunslinky, untuk membangun identitas merek dan membuat konsumen lebih mudah menemukan produk. Mengamati hashtag yang digunakan pesaing atau influencer kecantikan dapat memberikan inspirasi dalam memilih kombinasi hashtag yang efektif.

Menyiapkan Alat dan Bahan untuk Membuat Konten



Gambar 4. Alat dan bahan untuk membuat konten
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Untuk memastikan proses pembuatan konten di TikTok berjalan lancar dan menghasilkan video yang berkualitas tinggi untuk UMKM Sabun Slinky, sangat penting untuk menyiapkan alat dan bahan yang memadai. Dibutuhkan smartphone dengan kamera yang baik untuk merekam video dengan gambar yang jernih serta tripod atau penyangga untuk hasil rekaman yang stabil dan tidak goyang. Proses pembuatan sabun jelas dan menarik, sangat disarankan untuk menggunakan lampu ring light atau sumber cahaya tambahan karena pencahayaan sangat penting. Menyediakan properti pendukung, seperti produk sabun Slinky, juga sangat penting. Menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Sabun Slinky dapat dicapai dengan mempersiapkan alat dan bahan yang lengkap.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan difokuskan pada dua aspek utama yang saling mendukung dalam pemasaran digital produk Sabun Slinky melalui TikTok, yaitu pembahasan bahan-bahan produk dan promosi produk secara langsung melalui aplikasi TikTok.

Pembahasan bahan-bahan produk slinky



Gambar 5. Produk dari slinky
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Program dimulai dengan mengedukasi UMKM dan calon konsumen tentang bahan dan manfaat dari Sabun Slinky. Produk ini menggunakan formulasi khusus yang mengandung collagen, glutathione, alpha arbutin, goat milk, dan niacinamide yang secara alami mencerahkan, melembapkan, dan menyamarkan noda atau bekas luka pada kulit. Pelanggan harus tahu tentang bahan-bahan ini agar mereka percaya dan tertarik untuk membeli.

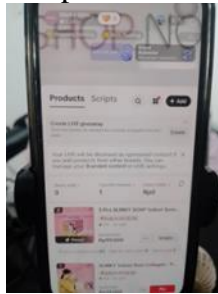
1. Niacinamide, atau vitamin B3, memiliki banyak manfaat untuk kulit, seperti memperkuat lapisan pelindung kulit (skin barrier), mengurangi peradangan, dan mengontrol produksi minyak berlebih yang dapat menyebabkan jerawat.
2. Glutathione adalah antioksidan yang sangat kuat yang sangat populer dalam produk kecantikan karena berfungsi untuk menghambat produksi melanin, pigmen yang menyebabkan kulit menjadi gelap, atau noda hitam.
3. Collagen yaitu Protein struktural sangat penting untuk kesehatan kulit dan berperan penting dalam produk Sabun Slinky untuk menjaga elastisitas kulit, mempercepat

regenerasi sel kulit, dan mengurangi tanda-tanda penuaan dini seperti keriput dan garis halus.

4. Alpha Arbutin adalah bahan pencerah kulit yang aman dan efektif yang membantu menyamarkan bekas jerawat, noda hitam, dan hiperpigmentasi dengan menghentikan enzim tirosinase, yang bertanggung jawab untuk membuat melanin.
5. Salmon DNA, berasal dari ekstrak ikan salmon, dikenal memiliki kemampuan untuk merangsang regenerasi sel kulit secara lebih cepat dan efektif daripada metode lain.
6. Goat Milk atau susu kambing yang baik untuk kulit. Susu kambing kaya akan lemak sehat dan nutrisi yang dapat mempertahankan kelembaban alami kulit, sehingga kulit tetap lembut dan tidak kering setelah pemakaian.

Edukasi tentang bahan-bahan Sabun Slinky sangat penting untuk pemasaran online, terutama saat membuat konten untuk TikTok. Selain itu, karena produk ini menggunakan bahan-bahan berkualitas dan telah terdaftar resmi di BPOM, konsumen lebih percaya pada keamanan dan kualitas Sabun Slinky.

Mempromosikan produk menggunakan aplikasi tiktok



Gambar 6. Fitur live streaming tiktok

Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Pada langkah terakhir, produk dipromosikan secara langsung melalui fitur live streaming TikTok. Fitur live streaming digunakan untuk menjelaskan keunggulan produk, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menawarkan penawaran unik seperti diskon atau bundling produk. Selain itu, pelanggan dapat membeli produk Sabun Slinky secara langsung melalui aplikasi TikTok Shop setelah produk tersebut diunggah dan dikelola di sana. Strategi ini memungkinkan interaksi dua arah yang lebih personal dan mendorong keputusan pembelian yang lebih spontan. Selama proses promosi, performa konten dan tanggapan audiens dipantau untuk menyesuaikan strategi pemasaran secara dinamis.

Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini, pengukuran keberhasilan dan efektivitas edukasi digital marketing melalui konten yang telah dibuat di TikTok. Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang dampak dari edukasi dan optimalisasi konten, data performa akun dibandingkan sebelum dan sesudah penerapan strategi konten. Jumlah data yang dianalisis termasuk jumlah likes, komentar, views, dan tingkat interaksi pengguna dengan konten. Selain itu, evaluasi juga mencakup komentar UMKM tentang seberapa mudah menggunakan platform TikTok dan pemasaran online meningkatkan penjualan Sabun Slinky.

Tantangan yang Dihadapi

Terlepas dari hasil yang positif, ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan. Salah satu masalah utama adalah menjaga konsistensi dalam pembuatan dan pengunggahan konten. Konsistensi ini sangat penting agar audiens tetap engaged, dan algoritma TikTok membuat konten lebih strategis. Selain itu, beberapa usaha kecil dan menengah (UMKM) menghadapi kendala dalam mengelola akun TikTok mereka dengan baik karena mereka tidak memiliki banyak waktu atau sumber daya. Di tengah persaingan yang semakin ketat, membuat konten baru dan inovatif adalah tantangan lain. UMKM harus selalu mengikuti tren dan preferensi pengguna TikTok yang berubah.

Rekomendasi Pengembangan

1. Membuat Jadwal Pengunggahan Konten secara Rutin



No	Tanggal	Jenis Konten/Deskripsi	Link Referensi	Produk	Cost	Link Unload Task
1	Senin					
2	Rahel, 11 Feb	Hasil review yang sangat bagus dan bisa sangat membantu. Ini dia yang perlu kita perhatikan!	https://id.tiktok.com/2025/02/11/...	RELATED TO ADDRESS		https://id.tiktok.com/2025/02/11/...
3	Rahel, 12 Feb					
4	Karna, 13 Feb	Agar bisa lebih di dalam perjalanan, untuk dapat pemahaman yang mendalam, penting untuk menjaga konsistensi!	https://id.tiktok.com/2025/02/13/...	RELATED TO ADDRESS		https://id.tiktok.com/2025/02/13/...
5	Azzah, 14 Feb					
10	Rahel, 15 Feb	Untuk bisa lebih di dalam perjalanan, untuk dapat pemahaman yang mendalam, penting untuk menjaga konsistensi!	https://id.tiktok.com/2025/02/15/...	RELATED TO ADDRESS		https://id.tiktok.com/2025/02/15/...
20	Minggu, 16 Feb					
21	Senin, 17 Feb					
22	Tuesday, 18 Feb					
23	Wednesday, 19 Feb					
24	Thursday, 20 Feb					
25	Friday, 21 Feb					
26	Saturday, 22 Feb					
27	Sunday, 23 Feb					
28	Monday, 24 Feb					
29	Tuesday, 25 Feb					
30	Wednesday, 26 Feb					
31	Thursday, 27 Feb					
32	Friday, 28 Feb					
33	Saturday, 29 Feb					
34	Sunday, 30 Feb					
35	Monday, 01 Mar					
36	Tuesday, 02 Mar					
37	Wednesday, 03 Mar					
38	Thursday, 04 Mar					
39	Friday, 05 Mar					
40	Saturday, 06 Mar					
41	Sunday, 07 Mar					
42	Monday, 08 Mar					
43	Tuesday, 09 Mar					
44	Wednesday, 10 Mar					
45	Thursday, 11 Mar					
46	Friday, 12 Mar					
47	Saturday, 13 Mar					
48	Sunday, 14 Mar					
49	Monday, 15 Mar					
50	Tuesday, 16 Mar					
51	Wednesday, 17 Mar					
52	Thursday, 18 Mar					
53	Friday, 19 Mar					
54	Saturday, 20 Mar					
55	Sunday, 21 Mar					
56	Monday, 22 Mar					
57	Tuesday, 23 Mar					
58	Wednesday, 24 Mar					
59	Thursday, 25 Mar					
60	Friday, 26 Mar					
61	Saturday, 27 Mar					
62	Sunday, 28 Mar					
63	Monday, 29 Mar					
64	Tuesday, 30 Mar					
65	Wednesday, 31 Mar					

Gambar 9. Jadwal pengunggahan konten rutin

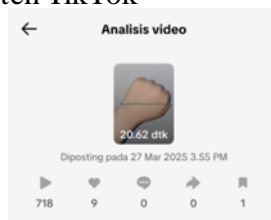
Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Konsistensi dalam mengunggah konten sangat penting untuk meningkatkan engagement akun TikTok dan meningkatkan kemungkinan konten masuk ke halaman For You Page (FYP). UMKM disarankan untuk membuat jadwal pengunggahan yang teratur, seperti minimal 1–2 kali sehari, sehingga algoritma TikTok dapat mengidentifikasi bahwa akun tersebut aktif dan relevan. Selain itu, waktu pengunggahan harus disesuaikan dengan jam prime time atau FYP yang berbeda-beda di TikTok setiap hari. Mengikuti jadwal membuat konten lebih mungkin dilihat oleh audiens yang tepat dan meningkatkan engagement secara organik. Selain itu, membuat kalender konten membantu UMKM merencanakan tema dan jenis konten, yang membuatnya lebih terorganisir dan memungkinkan mereka untuk mempertahankan momen pemasaran.

2. Pemanfaatan Fitur-fitur TikTok

TikTok menawarkan banyak fitur yang dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi dan daya tarik konten. Untuk membuat video yang lebih menarik dan sesuai dengan tren saat ini, UMKM harus memaksimalkan fitur seperti efek visual, filter, teks dinamis, musik populer, dan transisi kreatif. Selain itu, kemampuan live streaming sangat berguna untuk membangun hubungan langsung dengan audiens, menjawab pertanyaan secara real-time, dan melakukan promosi interaktif produk. Kolaborasi dengan influencer atau kreator TikTok juga merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan pemahaman konsumen tentang produk sabun slinky dan memperluas jangkauannya. Dengan memaksimalkan fitur-fitur ini, konten akan menjadi lebih menarik dan lebih mudah diterima oleh algoritma TikTok, meningkatkan peluang viral.

3. Penggunaan Data Analitik Konten TikTok



Gambar 10. Analisis data performa konten tiktok

Sumber: dokumentasi pribadi, 2025

Analisis data performa konten TikTok adalah langkah penting untuk mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran dan melakukan perbaikan secara berkelanjutan. TikTok memiliki fitur analytics yang melacak demografi audiens, jumlah views, likes, komentar, share, dan durasi tontonan. UMKM harus memantau data ini secara teratur untuk mengetahui jenis konten mana yang paling disukai audiens, waktu terbaik untuk posting yang didasarkan pada interaksi, dan perilaku pengguna saat melihat konten. Dengan informasi ini, strategi konten dapat dibuat lebih sesuai dengan tujuan dan efektif. Misalnya, jika data menunjukkan bahwa tutorial penggunaan sabun memiliki tingkat keterlibatan tinggi, maka konten serupa dapat dibuat lebih banyak. Sehingga konten tetap relevan dengan minat audiens, analitik membantu menemukan hashtag dan trend yang paling efektif. Analitis juga membantu menemukan hashtag yang paling efektif dan trend yang sedang berkembang, sehingga konten selalu relevan dengan minat audiens. Penggunaan data analitik secara konsisten akan meningkatkan efisiensi pemasaran digital dan meningkatkan peluang pertumbuhan bisnis Sabun Slinky.

KESIMPULAN

Dengan mengoptimalkan konten TikTok pada pelaku UMKM Sabun Slinky melalui edukasi digital marketing, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok sebagai media pemasaran digital sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran merek, interaksi dengan pelanggan, dan penjualan produk. Pembicaraan tentang bahan-bahan alami Sabun Slinky yang disampaikan secara edukatif dalam konten dan live streaming dapat membangun kepercayaan pelanggan. Pembuatan konten video yang kreatif dan mengikuti tren TikTok sangat penting untuk menarik perhatian audiens dan memperluas pasar.

Namun, keberhasilan ini juga membutuhkan konsistensi dalam pembuatan konten berkualitas tinggi dan kemampuan teknis untuk mengelola platform TikTok. Oleh karena itu, untuk mempertahankan engagement dan daya saing produk di pasar digital yang semakin kompetitif, variasi konten dan penggunaan fitur terbaru TikTok harus dilakukan. UMKM seperti Sabun Slinky dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran berkelanjutan di era internet saat ini dengan menggunakan strategi digital marketing yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandawaty, E., Gunardi, D., Kartika, G. R., Sunaryo, S., & Mujjani, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital Branding untuk UMKM Berbasis TikTok. *Padma: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 13(1), 1-12.
- Hayati, C. S., & Sudradjat, R. H. (2022). Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Platform Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Brand Awareness Butik Aishable. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(3), 415-426.
- Irawati, E., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2024). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Digital Marketing Promotion pada Curabeauty Manado. *Productivity*, 5(1), 859-862.
- Krisridwany, A., Nirmala, P. E., Damarwati, V. L., Heryanti, K., Latifah, W. D., & Alamsyah, M. S. (2022). Edukasi Pemanfaatan Bahan Alam dan Pemeriksaan Kesehatan Tulang pada Masyarakat di Daerah Blimbingsari Yogyakarta. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(4), 2262-2268.
- Li, Y., Liu, Y., Belitski, M., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2016). Digital platforms and business model innovation: An integrated approach. *International Journal of Information Management*, 36(2), 174-188.
- Nurhasanah, A., Day, S. C. P., & Sabri. (2023). Media Sosial Tiktok Sebagai Media Penjualan Digital Secara Live di Kalangan Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan. *Jurnal Sains Sosial*

- Dan Humaniora, 7(2), 69–77.
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60.
- Repositori Universitas Negeri Malang. (2020). Digital marketing: Konsep dan aplikasi dalam bisnis modern.