

**STRATEGI PEMASARAN APLIKASI TIKTOK DALAM MENINGKATKAN
PROMOSI MAKANAN RINGAN**

**Dian Sudiantini¹, Alfin Adam², Fany Lathifatul Shaliha³, Muhammad Nafis Makruf⁴,
Ratilla Amanda Edwar⁵**

Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya – Bekasi

dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id¹, alfinadam205@gmail.com²

, fany080404@gmail.com³, muhammadnafis50100@gmail.com⁴, ratillamndaa@gmail.com⁵

5

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan produk makanan ringan, serta adakah pengaruh aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan produk makanan ringan yang dijual oleh para pembisnis di aplikasi TikTok ini. Dalam penelitian jurnal ini menggunakan metode yaitu pendekatan deskriptif kualitatif. Yaitu dengan cara metode mengumpulkan data-data yang mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjadikan bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antara satu variabel penelitian dengan variabel penelitian yang lainnya. Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa aplikasi TikTok memiliki potensi besar sebagai media promosi online dan memiliki peluang bisnis baru yang dapat meningkatkan penjualan secara efektif.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Aplikasi Tiktok

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Di dunia yang semakin mengglobal saat ini, banyak masyarakat Indonesia yang memanfaatkan jejaring sosial sebagai sarana alternatif untuk melakukan berbagai aktivitas seperti:

Berjualan secara modern melalui internet (e-commerce) atau biasa disebut toko online. Berbagai tren bisnis yang diusung para pengusaha, mulai dari promosi produk hingga platform media sosial yang sangat menarik dan inovatif, semakin menggugah minat konsumen.

Media internet merupakan cara terbaik untuk memasarkan produk dan jasa di era modern. Pemasaran produk internet, juga dikenal sebagai e-marketing, adalah model pemasaran elektronik di mana pemilik bisnis menggunakan Internet untuk berkomunikasi, mempromosikan, dan menjual produk mereka.

Kemajuan pesat di bidang teknologi telah membawa dampak besar bagi masyarakat dalam dunia usaha. Berbagai aktivitas bisnis dimanfaatkan dalam perkembangan teknologi internet untuk menunjang penjualan, termasuk melakukan promosi di jejaring sosial. Promosi ini bertujuan untuk memasarkan produk agar masyarakat yang memiliki jejaring sosial mengetahui tentang produk tersebut.

Pemasaran digital adalah suatu upaya pemasaran yang menggunakan strategi periklanan dengan menggunakan media internet, dimana penjual dan pembeli bertransaksi dengan menggunakan internet sebagai sarana penghubung dalam kegiatan jual beli. . Pemasaran digital memudahkan dan praktis bagi wirausahawan untuk mempromosikan dan melacak pertumbuhan penjualan.

Media sosial yang biasa digunakan untuk memasarkan produk di era digital saat ini mencakup banyak aplikasi berbeda termasuk Tiktok. Indonesia menjadi salah satu negara yang paling berminat menggunakan aplikasi TikTok. Banyak orang yang menggunakan aplikasi TikTok dari berbagai kalangan, baik remaja maupun dewasa. Setiap orang membutuhkan pengguna Internet

Metode Penelitian

Pada jurnal ini merujuk pada pendekatan deskriptif kualitatif. Metode Kualitatif ini yaitu adalah metode mengumpulkan data-data yang mengacu pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjadikan bahan acuan untuk melihat seberapa besar pengaruh hubungan antara satu variabel penelitian dengan variabel penelitian yang lainnya.

Table 1. Tabel Penelitian

No	Penulis	Tahun	Judul	Permasalahan
1	Hayatun Nufus, Trisni Handayani	2022	Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store)	Menyadari apa yang membuat platform TikTok menjadi media promosi yang bagus untuk memasarkan barang dan meningkatkan penjualan.
2	Syeli Efa Kristia, Harti Harti	2021	Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi TikTok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-Seafood	Proses pengembangan media promosi berbasis aplikasi TikTok untuk meningkatkan minat beli, dapat mengetahui kelayakan media promosi berbasis aplikasi TikTok untuk meningkatkan minat beli, dan dapat mengetahui reaksi masyarakat terhadap media promosi berbasis aplikasi TikTok untuk meningkatkan minat beli.

3	Kharens Emerentia, Christian Vallentino Wadu, Ivonne Averina Setiawan, Eimel Narwasti, Elty Sarvia, Elizabeth Wianto, Christina, Florence Leony, Vivi Arisandhy	2023	Pendampingan Peningkatan Usaha Seblak Guna Meningkatkan Penjualan	Lokasi yang sulit ditemukan oleh pelanggan baru, foto produk pada halaman pada Grab Food dan Gofood kurang menarik, dan belum memiliki metode pembayaran cashless.
4	Sri Hariyanti	2022	Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram	Ardhanafood telah menggunakan akun TikTok dengan nama @ardhanafood untuk mempromosikan kripik jamur tiramnya, yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 12,9K. Aplikasi TikTok saat ini memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan aplikasi lain, seperti tidak perlu

				memiliki akun TikTok untuk melihat video, semua orang bisa melihat video di TikTok tanpa memiliki akun TikTok, dan memiliki banyak filter yang memungkinkan mereka untuk berekreasi dan menarik penonton.
5	Cahyuni Novia1, Firda Meiliya Hendriana, Fiyan Aprilia Vionata, Ira Alfa Ida, Irna Charisma Damaiyanti, Ismiatul Maula, Syifa Fauziah, Ulfatur Rahma	2021	PKM Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi bagi UKM Kripik Singkong Gazal Makmur di Desa Kotaanyar pada Masa New Normal	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi dan memberikan pelatihan kepada UKM Gazal Makmur dalam mempromosikan produknya melalui media sosial menggunakan aplikasi Facebook, You tube, Instagram dan TikTok.
6	Weda Adistianaya Dewa Indah Dwi Mumpuni,	2022	Pemanfaatan Sosial Media Branding pada Mitra Anugrah Jaya untuk Pemasaran Digital	Pola pemasaran konvensional yang dilakukan perlu perubahan di era digital guna memperluas jaringan pemasaran produk melalui branding media sosial,

	Linda Suvi Rahmawati		Aneka Keripik Extra Delicious	selain itu Mitra belum memahami manajemen keuangan yang baik dalam menjalankan bisnisnya dan logo Anugerah Jaya belum memiliki pengakuan kepemilikan usaha.
7	Iham Hilal Ramadhan, Ryan Priatama, Az- Zuhaida, Awanis Akalili, Febriansyah Kulau	2021	Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial)	mengetahui teknik digital marketing yang digunakan oleh akun TikTok @jogjafoodhunterofficial. Hasil penelitian yang didapatkan adalah akun TikTok @jogjafoodhunterofficial menggunakan teknik digital marketing, yaitu teknik sales promotion.
8	Marsindi, Kiyoko Kylanisa, Haura Annisa, Annisa Nabila, Rizky Geraldny	2022	Pengaruh Live TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sajodo Snack	penggunaan fitur LIVE TikTok sangat efektif digunakan sebagai media promosi bagi para pengusaha kuliner.
9	Wanmelia Gusdini, Shinta	2023	Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui TikTok Shop	Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui

	Mawadda, Dewianna Sari Harahap, Purnama Ramadani Silalahi			Tiktokshop, diketahui bahwa Tiktok shop menjadi salah satu platform trending yang banyak diakses oleh para pengguna smartphone. Hal ini membantu sentra industri keripik ubi dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya hingga ke luar kota. Dengan menggunakan aplikasi Tiktok shop, pekerja sentra industri keripik ubi harus mampu memanajemen waktunya untuk melakukan live dalam aplikasi tik tok shop yang nantinya akan membuatnya menjadi FYP (For You Page). Peningkatan pendapatan sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai target pasar yang diinginkan
10	Sartika Azhari, Irfan Ardiansah	2022	Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez)	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil pengukuran terhadap konten video yang telah ditayangkan memberikan respon positif pada setiap kontennya

				dan menghasilkan engagement tertinggi pada konten video proses pembuatan banana strips . Hasil dari analisis SWOT pada akun TikTok @hellofrutives memberikan beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan pemasaran online Frutives di media sosial TikTok.
--	--	--	--	---

Hasil dan Pembahasan

Peran Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan

Jejaring sosial saat ini menjadi alat promosi yang efektif.

TikTok adalah salah satu jejaring sosial yang beruntung untuk beriklan karena memerlukan banyak usaha, sedikit waktu, dan penuh informasi tanpa biaya.

Periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, pemasaran pribadi, dan hubungan masyarakat adalah contoh periklanan media sosial.

Oleh karena itu, TikTok memiliki potensi besar sebagai media periklanan online.

Apa sebenarnya gaya rencana pemasaran digital yang Anda terapkan untuk mendominasi pengguna TikTok?

Banyak orang yang memanfaatkan Tiktok untuk mengekspresikan kreativitasnya. Selain itu, peran pemasaran juga mulai terlihat di sana, terlihat dari banyaknya iklan yang bermunculan dan toko online yang mulai memasarkan produknya melalui konten Tiktok.

Nah kalau dilihat dari literatur jurnal-jurnal sebelumnya, ternyata aplikasi Tiktok mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan makanan ringan dengan strategi berbeda di setiap toko. Oleh karena itu, aplikasi TikTok sangat menguntungkan dan mendatangkan peluang bisnis baru.

Pengaruh Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan

Dalam dunia bisnis, komunikasi pemasaran yang jelas menjadi salah satu faktor penentu kualitas penjualan setiap perusahaan. Dalam menerima promosi, setiap perusahaan harus secara ketat menentukan alat promosi mana yang tersedia yang dapat digunakan untuk mencapai penjualan yang sukses, karena Promosi merupakan kegiatan yang penting, berperan aktif dalam memperkenalkan, menginformasikan, dan mengingatkan akan keunggulan produk dan jasa dalam rangka mempromosikan produk dan jasa. Mendorong pelanggan untuk membeli proyek dan menggunakan jasa yang dipromosikan.

Ada banyak cara promosi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan penjualan melalui cara-cara strategis lainnya dalam berbisnis, khususnya menggunakan TikTok aplikasi. Lakukan pemasaran Anda dengan memposting video yang menampilkan produk yang kita jual dengan cara yang paling menarik, menggunakan hashtag berdasarkan produk yang akan kita promosikan, kemudian melakukan live streaming di aplikasi. Gunakan TikTok untuk mempromosikan produk yang akan kita promosikan. menjual dan menawarkan diskon pada produk tertentu yang dijual. Jadi, Anda dapat yakin bahwa penerapan berbagai strategi ini dapat meningkatkan penjualan Anda secara efektif.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa TikTok merupakan platform media sosial yang efektif untuk meningkatkan promosi jajanan. TikTok dapat membantu bisnis membuat konten inovatif dan menjangkau khalayak yang lebih luas. TikTok juga memiliki fitur TikTok for

Business yang dapat membantu bisnis meningkatkan keterlibatan dengan pengguna platform untuk membangun merek mereka. Pengguna TikTok sebagai alat periklanan terbukti efektif meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk, termasuk makanan ringan. Oleh karena itu, TikTok Adapt dinilai sebagai alat yang efektif bagi pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya, termasuk makanan ringan, dan meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari, S., & Ardiansah, I. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Platform Pemasaran Digital Produk Olahan Buah Frutivez (@hellofrutivez).
- emerentia, K., Wadu, C. V., Setiawan, I. A., Narwasti, E., Sarvia, E., Elizabeth Wianto, C., . . . Arisandhy, V. (2023). Pendampingan Peningkatan Usaha Seblak Guna Meningkatkan Penjualan.
- Endarwati, E. T., & Ekawarti, Y. (2021). Efektifitas Penggunaan Sosial Media TikTok Sebagai Media Promosi Ditinjau Dari Prespektif Buying Behaviors.
- Gusdini, W., Mawadda, S., Harahap, D. S., & Silalahi, P. R. (2023). Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui TikTokShop.
- Hariyanti, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram.
- Khanifah, & Nur, L. (2021). Peran Strategi Marketing pada Sosial Media (TikTok).
- Kristina, S. E., & Harti. (2021). Pengembangan Media Promosi berbasis Aplikasi TikTok untuk Meningkatkan Minat Beli Produk UKM DM-Seafood. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*.

- Marsindi, Kylanisa, K., Annisaa, H., Nabila, A., & Geraldly, R. (2022). Pengaruh Live TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Snack Sajodo.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi.
- Mumpuni, W. A., & Rahmawati, L. S. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Branding pada Mitra Anugrah Jaya untuk Pemasaran Digital Aneka Keripik Extra Delicious.
- Novial, C., Hendriana, F. M., Vionata, F. A., Ida, I. A., Damaiyanti, I. C., Maula, I., . . . Rahma, U. (2021). PKM Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi bagi UMKM Kripik Singkong Gazal Makmur di Desa Kotaanyar pad Masa New Normal.
- Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi Promosi dengan Memanfaatkan Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada TN Official Store). *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*.
- Oktavia, & Ayu, R. (2021). Pemanfaatan Digital Content Media Sosial TikTok Dalam Proses Pemasaran Produk.
- Purba, M. L., & Idahwati. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian pada Esana Store.
- Ramadhan, I. H., Priatama, R., & Az-Zahaida, A. A. (2021). Analisa Teknik Digital Marketing pada Aplikasi TikTok (Studi Kasus Akun Tiktok @jogjafoodhunterofficial).