

**PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT “INOVASI PEMASARAN DIGITAL
UMKM PANCONG LUMER : MEMBANGUN ENGAGEMENT KONSUMEN
MELALUI TIKTOK” PANCONG GAUL NUSANTARA CIKARANG BARAT**

**Hegar Permana Jusigia¹, Rika Ramana Putri², Adilina Daeli³, Muhammad Surya Fajar
Kurniawan⁴, Muhammad Kosim⁵**

¹²³⁴⁵ Program Studi Kewirausahaan, Universitas Pelita Bangsa

hegarpermana205@gmail.com, rikaaaputri3@gmail.com, adilinadaeli23@gmail.com,
muhamadsuryafajarkurniawan@gmail.com, muhammadkosim@pelitabangsa.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perubahan strategi pemasaran pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Media sosial menjadi sarana promosi yang efektif, khususnya bagi UMKM kuliner. Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital UMKM Pancong Lumer melalui pemanfaatan platform TikTok. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi observasi, koordinasi dengan pemilik usaha, sosialisasi materi, pelatihan pembuatan konten, serta diskusi dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pemasaran digital, meningkatnya interaksi konsumen, serta bertambahnya jumlah pengikut akun TikTok Pancong Lumer. Konten video kreatif yang menampilkan proses pembuatan produk dan variasi topping mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap brand awareness dan peluang peningkatan penjualan UMKM.

Kata kunci: UMKM, pemasaran digital, pancong lumer, TikTok

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed marketing strategies for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Social media has become an effective promotional tool, especially for culinary MSMEs. This community service program aims to improve the digital marketing capabilities of Pancong Lumer MSME through the use of the TikTok platform. The implementation method includes observation, coordination with business owners, material socialization, content creation training, and discussion and evaluation sessions. The results show an increase in the MSME owner's understanding of digital marketing, higher consumer interaction, and growth in TikTok followers. Creative video content showcasing product preparation and topping variations successfully attracted consumers. This program positively impacts brand awareness and sales opportunities.

Keywords: MSMEs, Digital Marketing, Pancong Lumer, Tiktok

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran produk, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Nisawati dan Yahya (2021), pemanfaatan media digital oleh UMKM mampu meningkatkan jangkauan pasar serta efisiensi biaya promosi. Keterbatasan modal dan sumber daya mendorong UMKM untuk mengoptimalkan platform digital yang mudah diakses dan memiliki tingkat interaksi tinggi.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media pemasaran yang efektif dalam membangun brand awareness dan keterlibatan konsumen. Junedi, Yahya, dan Asiah (2021) menyatakan bahwa pendampingan UMKM dalam pengelolaan pemasaran digital dapat meningkatkan kapasitas manajerial serta daya saing usaha secara berkelanjutan.

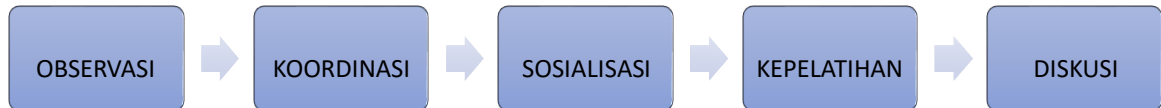
Salah satu platform yang berkembang pesat saat ini adalah TikTok, yang mengandalkan konten video pendek dengan karakter visual yang kuat dan algoritma berbasis minat pengguna. Platform ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM kuliner untuk mempromosikan produk secara kreatif dan menjangkau konsumen lebih luas.

UMKM Pancong Gaul Nusantara merupakan usaha kuliner yang menawarkan jajanan tradisional dengan inovasi topping modern. Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi masih belum optimal. Oleh karena itu,

kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini difokuskan pada pendampingan pemasaran digital melalui TikTok guna meningkatkan jangkauan pasar dan engagement konsumen.

METODE

Adapun metode pelaksanaan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan dan melaksanakan solusi yang ditawarkan, akan disajikan dalam langkah-langkah berikut ini:



Gambar 1. Lokasi Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

- observasi kondisi usaha dan aktivitas pemasaran UMKM Pancong Lumer.
- koordinasi dengan pemilik usaha terkait kebutuhan dan kesiapan kegiatan.
- sosialisasi materi pemasaran digital dan pengenalan TikTok sebagai media, promosi.
- pelatihan pembuatan konten video kreatif.
- diskusi dan evaluasi hasil kegiatan.



Gambar 2. diskusi dan evaluasi Bersama Pelaku Usaha

Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha secara langsung dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pemilik UMKM terhadap pentingnya pemasaran digital. UMKM Pancong Lumer mulai aktif mengunggah konten video yang menampilkan proses pembuatan pancong, variasi menu, serta interaksi dengan konsumen. Konten yang mengikuti tren dan menggunakan 119 opul 119 opular mampu meningkatkan jumlah penayangan dan interaksi berupa komentar dan tanda suka.

Selain itu, jumlah pengikut akun TikTok Pancong Lumer mengalami peningkatan setelah kegiatan pendampingan dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok secara optimal dapat meningkatkan brand awareness dan memperluas jangkauan pasar UMKM.

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bentuk pendampingan pemasaran digital melalui TikTok memberikan dampak positif bagi UMKM Pancong Lumer. Pemanfaatan konten video kreatif mampu meningkatkan engagement konsumen dan memperluas jangkauan promosi produk. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pendampingan pemasaran digital bagi UMKM lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pemilik UMKM Pancong Lumer atas kerja sama yang baik selama kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, serta kepada Universitas Pelita Bangsa yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini.



Gambar 3. Foto Bersama Dengan Owner Pancong Lumer

REFERENSI

- [1] C. F. S. H. Dinul Fitria Nur Salim, "UMKM adalah Usaha Produktif Milik Perorangan atau Badan Usaha," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 2, p. 24279, 2024.
- [2] S. A. S. D. J. d. I. N. Rifdah Nabiila, "Analisis SWOT digunakan untuk Merumuskan Strategi yang Sesuai dengan Kondisi Pasar," *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 8, no. 2, p. 24280, 2024.
- [3] S. F. F. K. d. R. A. R. Istiqomah Maulida Multazam, "Tahapan Pelaksanaan Kegiatan," *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, vol. 5, no. 3, p. 797, 2024.
- [4] S. F. F. K. d. R. A. R. Istiqomah Maulida Multazam, " Ketercapaian Mitra yang Terukur Setelah dilakukan Pendampingan," *JURNAL ABDIMAS ILMIAH CITRA BAKTI*, vol. 4, no. 3, p. 799, 2024.
- [5] K. d. Keller, "Marketing Management," Pearson Education, vol. 1, no. 1, p. 1, 2016. [6] K. d. Setiawan, "Marketing," *Moving from Traditional to Digital*, vol. 1, no. 1, p. 4, 2019.

- [7] T. &. Wien, "Implementing Social Media Marketing Strategically," *Journal of Marketing Management*, vol. 3, no. 1, pp. 732-749, 2018.
- [8] S. F. F. K. d. R. A. R. Istiqomah Maulida Multazam, "MENINGKATKAN DAYA SAING KUE PANCONG: INOVASI KEMASAN DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL PADA MIZU PANCONG LUMER," *JURNAL ABDIMAS ILMIAH CITRA BAKTI*, pp. 793 - 803, Agustus 2024 .
- [9] C. S. B. L. A. d. I. S. Sankist Herdiyani, "PERANAN MEDIA SOSIAL DALAM MENGEMBANGKAN SUATU BISNIS: LITERATURE REVIEW," *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 18, no. 2, pp. 103 - 121, Desember 2022 .
- [10] Aceng, "“INOVASI PEMASARAN DIGITAL UMKM PANCONG LUMER: MEMBANGUN ENGAGEMENT KONSUMEN MELALUI TIKTOK”," Rika Ramana Putri, Hegar Permana Jusigia, Adilina Daeli, Muhammad Surya Fajar Kurniawan, Jalan Bojong Koneng Nomor 131, Kabupaten Bekasi , Oktober 2025.