SENADA:
Semangat Nasional Dalam Mengabdi

p-ISSN 2614-574X, e-ISSN 2615-4749
Vol. 05 No. 03, bulan Februari tahun 2025,
hal. 108-115
DOI: https://doi.org/10.56881/senada.v5i3

Pendampingan UMKM Thrift Store Fashion dalam Mengoptimalkan Pemasaran di Tiktok

Yulita[1], Ahmad Arwani Raharjo[2], Arnold[3], Intan Permata Sari[4]
[1]Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 1)
[2]Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 2)
[3]Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 3)
[4]Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 4)

Diterima : 03/01/2025 Revisi : 15/01/2025 Diterbitkan : 02/02/2025

Abstrak, kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan pendampingan kepada UMKM *thrift store fashion* dalam mengoptimalkan pemasaran mereka melalui platform Tiktok. *Thrift store fashion* merupakan bisnis yang menjual pakaian bekas layak pakai dengan harga terjangkau. Seiring dengan perkembangan teknologi dan media sosial, Tiktok menjadi platform yang sangat potensial untuk memasarkan produk secara luas dan efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi dan analisis konten pemasaran di Tiktok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM *thrift store fashion* memiliki potensi besar untuk meningkatkan penjualan melalui Tiktok. Namun, mereka menghadapi beberapa tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang strategi konten yang efektif, dan interaksi dengan konsumen. Berdasarkan temuan penelitian, program pendampingan dirancang untuk membantu UMKM *thrift store fashion* dalam mengoptimalkan pemasaran di Tiktok. Program ini meliputi pelatihan tentang pembuatan konten menarik.

Kata kunci: UMKM, *thrift store fashion*, Tiktok

Abstract. *This activity aims to analyze and provide assistance to MSMEs in the thrift store fashion sector in optimizing their marketing through the Tiktok platform. Thrift store fashion is a business that sells used clothing that is still in good condition at affordable prices. With the development of technology and social media, Tiktok has become a very potential platform to market products widely and effectively. The research method used is a qualitative approach. Data were collected through observation and analysis of marketing content on Tiktok. The results of the study show that MSMEs in the thrift store fashion sector have great potential to increase sales through Tiktok. However, they face several challenges such as a lack of understanding of effective content strategies and interaction with consumers. Based on the research findings, an assistance program was designed to help MSMEs in the thrift store fashion sector optimize their marketing on Tiktok. This program includes training on creating engaging content.*

Keywords: *UMKM,* thrift store fashion*, Tiktok*

Pendahuluan

Globalisasi dan kemajuan teknologi telah mengubah cara semua orang untuk mengakses model dan tren baju. Dengan adanya internet dan media sosial, tren Fashion kini bisa menyebar dengan cepat dan mempengaruhi banyak orang di seluruh dunia. Pakaian yang dulu hanya tersedia di kota-kota besar kini dapat dengan mudah diakses oleh siapa saja di berbagai belahan dunia seperti adanya fashion Baju Thrifting.

TikTok adalah Platform media sosial berbasis video yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, mengedit, dan berbagi video pendek. Di TikTok, penggunanya bisa berbagi berbagai jenis konten, mulai dari tarian, tantangan, humor, tutorial, hingga konten kreatif lainnya. Sekarang, TikTok juga digunakan untuk berjualan atau memasarkan produk, yang dikenal dengan istilah "TikTok Shop." Fitur ini memungkinkan penjual untuk langsung menjual produk mereka melalui Platform TikTok, membuatnya mudah bagi pengguna TikTok untuk menemukan, mengeksplorasi, dan membeli produk tanpa harus keluar dari aplikasi.

Penyebaran informasi tentang produk di TikTok seringkali didorong oleh algoritma yang memungkinkan video yang menarik atau viral untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penjual atau pemilik usaha biasanya membuat konten kreatif dan menarik untuk memperkenalkan produk mereka dengan cara yang menghibur dan informatif. Pengguna TikTok juga sering menggunakan fitur live streaming untuk menjual produk secara langsung, memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan calon pembeli. Banyak bisnis, terutama yang lebih kecil atau usaha rumahan, memanfaatkan TikTok sebagai Platform untuk memperkenalkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas dan potensial. Kreativitas dalam membuat konten yang menarik adalah kunci sukses dalam berjualan di TikTok.

Usaha baju Thrift memiliki peluang pasar yang cukup besar, terutama dengan meningkatnya tren keberlanjutan dan kesadaran akan dampak lingkungan dari industri fast fashion. Banyak konsumen, terutama generasi milenial dan Gen Z, yang lebih tertarik untuk membeli pakaian bekas karena alasan harga, keunikan, dan dampaknya yang lebih ramah lingkungan. Selain itu, dengan semakin berkembangnya platform e-commerce, bisnis baju Thrift kini bisa menjangkau pasar lebih luas melalui penjualan online. Dengan berkembangnya platform media sosial seperti TikTok pemilik usaha dapat menjangkau Audiens yang lebih luas secara efektif dan hemat biaya.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahap, meliputi:

1. **Sosialisasi** : Menginformasikan kegiatan ini kepada UMKM *thrift store fashion* untuk kegiatan pendampingan.
2. **Pelatihan**: Memberikan pelatihan tentang pembuatan toko online di Tiktok, pengelolaan produk, penggunaan fitur-fitur promosi, dan strategi pemasaran digital lainnya.
3. **Pendampingan**: Memberikan pendampingan kepada UMKM dalam membangun dan mengelola toko online mereka di Tiktok.

4. **Evaluasi**: Melakukan evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan dampaknya terhadap UMKM *thrift store fashion*.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pendampingan dimulai pada bulan Desember 2024 sampai dengan Januari 2025, dilakukan dengan dua metode yaitu dengan mengoptimalkan strategi penjualan Baju Thrifting di media sosial TikTok dan cara menarik perhatian pelanggan agar tertarik membeli Baju Thrifting.

1. Penting untuk memahami mengapa Tiktok menjadi pilihan menarik bagi UMKM *thrift store fashion*:
   a. Popularitas dan Jangkauan Luas

      - **Pengguna Aktif yang Masif**: TikTok memiliki jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Ini memberikan potensi jangkauan pasar yang sangat besar bagi UMKM thrift store fashion.
      - **Demografi Pengguna yang Relevan**: Mayoritas pengguna TikTok adalah generasi muda yang sangat peduli dengan fashion dan tren. Ini adalah target pasar yang ideal untuk bisnis thrift store fashion.

   b. Format Konten yang menarik
      - **Video Pendek yang Menghibur**: TikTok dikenal dengan format video pendeknya yang kreatif dan menghibur. Ini sangat cocok untuk menampilkan produk thrift store fashion dengan cara yang menarik dan unik.
      - **Fitur Kreatif yang Beragam**: TikTok menyediakan berbagai fitur kreatif seperti filter, efek, musik, dan template yang dapat digunakan untuk membuat konten pemasaran yang menarik perhatian.

   c. Potensi Viralitas Tinggi
      - **Algoritma yang Mendukung Konten Viral**: Algoritma TikTok dirancang untuk menampilkan konten yang relevan dan menarik bagi pengguna, bahkan jika akun tersebut baru atau memiliki sedikit pengikut. Ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk mendapatkan eksposur secara luas.
      - **Tren dan Tantangan**: TikTok seringkali memiliki tren dan tantangan yang viral. UMKM dapat memanfaatkan momen ini untuk membuat konten yang relevan dan meningkatkan visibilitas mereka.

   d. Fitur belanja terintegrasi
      - **TikTok Shop**: Fitur TikTok Shop memungkinkan pengguna untuk membeli produk langsung dari video TikTok. Ini memudahkan UMKM untuk menjual produk mereka secara langsung di platform.
      - **Integrasi dengan E-commerce**: TikTok juga dapat diintegrasikan dengan platform e-commerce lainnya, memudahkan transaksi dan memperluas jangkauan penjualan.

2. Beberapa cara dalam mengoptimalkan strategi penjualan Baju Thrifting di media sosial TikTok :
   a. Menggunakan TikTok Live untuk Berinteraksi Langsung
      TikTok Live adalah fitur yang memungkinkan pengguna TikTok untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens, melalui siaran video *real-time*. Fitur ini sangat berguna bagi UMKM *thrift store fashion* untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meningkatkan *engagement*, dan mempromosikan produk mereka secara interaktif.

      Keuntungan Menggunakan TikTok Live:

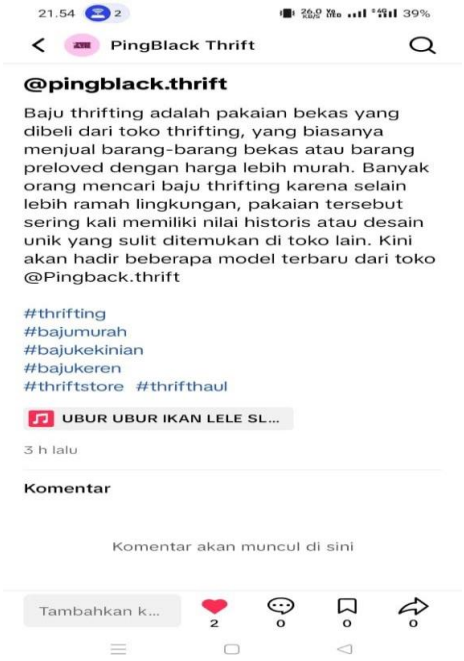
      • **Membangun Koneksi Personal:** TikTok Live memungkinkan UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, menjawab pertanyaan mereka, memberikan saran *fashion*, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal.
      • **Meningkatkan *Engagement***: Siaran langsung mendorong interaksi *real-time* melalui komentar, pertanyaan, dan *gift*. Hal ini dapat meningkatkan *engagement* dan loyalitas pelanggan.
      • **Memamerkan Produk Secara Interaktif:** UMKM dapat menggunakan TikTok Live untuk memamerkan koleksi *thrift store fashion* mereka secara *live*, memberikan detail produk, dan bahkan melakukan *fashion show* singkat.
      • **Menciptakan Konten yang Menarik:** TikTok Live dapat digunakan untuk membuat konten yang menarik seperti sesi tanya jawab, *behind the scenes*, tutorial *styling*, atau kolaborasi dengan *influencer*.
      • **Mendorong Penjualan:** UMKM dapat menawarkan diskon khusus, promo *flash sale*, atau *giveaway* selama siaran langsung untuk mendorong penjualan.

b. Memberikan diskon saat TikTok Live adalah strategi yang sangat efektif untuk menarik perhatian penonton, meningkatkan *engagement*, dan mendorong penjualan secara langsung. Diskon menciptakan rasa urgensi dan kegembiraan, yang dapat memotivasi penonton untuk segera melakukan pembelian.

c. Menggunakan Hashtag yang tepat

Hashtag adalah simbol pagar (#) yang diikuti dengan kata atau frasa tanpa spasi, yang digunakan di platform media sosial seperti TikTok untuk mengkategorikan dan memudahkan pencarian konten. Menggunakan hashtag yang tepat adalah strategi penting dalam pemasaran TikTok karena dapat membantu meningkatkan visibilitas konten Anda, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan *engagement*.

Hashtag Populer dan Niche: Gunakan kombinasi hashtag yang sedang tren seperti #ThriftTok, #ThriftStoreFinds, #ThriftHaul, atau #VintageFashion. Jangan lupa juga menggunakan hashtag lokal yang relevan dengan target pasar di Indonesia seperti #ThriftIndonesia atau #FashionBekas.



3. Beberapa cara menarik perhatian pelanggan agar tertarik membeli Baju Thrifting :
   a. Tampilkan Produk denan menarik
      - **Foto Berkualitas Tinggi**: Ambil foto produk dari berbagai sudut dengan pencahayaan yang baik. Gunakan model atau manekin untuk menampilkan pakaian dengan lebih menarik.
      - **Video Kreatif**: Buat video singkat yang menarik, misalnya video *haul*, *styling*, atau *mix and match* pakaian thrifting.
      - **Deskripsi Lengkap dan Jujur**: Tulis deskripsi produk yang lengkap, termasuk merek, ukuran, bahan, kondisi, dan detail lainnya. Jelaskan kondisi produk dengan jujur, termasuk jika ada kekurangan atau kerusakan.

   b. Tampilkan Keunikan dan Keunggulan
      - **Produk Unik dan Langka**: Cari dan tawarkan produk-produk thrifting yang unik, langka, atau sulit ditemukan di tempat lain.
      - **Harga Terjangkau**: Tawarkan harga yang bersaing dan lebih terjangkau dibandingkan dengan harga pakaian baru.
      - **Kualitas Terjamin**: Pastikan produk yang Anda jual dalam kondisi baik dan layak pakai. Cuci dan setrika pakaian sebelum dijual.

   c. Bangun Citra Merek yang Kuat
      - **Nama dan Logo yang Menarik**: Buat nama toko dan logo yang menarik dan mudah diingat.
      - **Branding yang Konsisten**: Gunakan *branding* yang konsisten di semua platform media sosial dan toko *online* Anda.
      - **Fokus pada Nilai-nilai**: Tonjolkan nilai-nilai yang Anda anut, seperti keberlanjutan, *fashion vintage*, atau gaya hidup hemat.

   d. Promosikan Diskon dan Promo
      - **Diskon Khusus**: Berikan diskon khusus untuk pelanggan baru, pelanggan setia, atau untuk produk-produk tertentu.

- **Promo Menarik**: Adakan promo menarik seperti *flash sale*, *buy one get one*, atau *giveaway*.
- **Event Khusus**: Adakan *event* khusus seperti *garage sale* atau *pop-up store* untuk menarik perhatian pelanggan.

KESIMPULAN

1. untuk mengoptimalkan strategi penjualan baju thrifting di TikTok, perlu memanfaatkan berbagai fitur platform, seperti video yang menarik, penggunaan tren dan hashtag populer, selain itu, edukasi audiens tentang fashion thrifting dan memberikan tips styling yang relevan juga dapat meningkatkan minat audiens. Dengan pendekatan yang kreatif dan konsisten, penjualan baju thrifting bisa semakin berkembang. Baju thrifting sering kali memiliki desain atau model yang unik, yang tidak bisa ditemukan di toko biasa. Selain itu, harga yang lebih terjangkau membuatnya menjadi pilihan yang menarik bagi banyak orang, terutama bagi mereka yang ingin tampil stylish tanpa harus mengeluarkan banyak uang.
2. Untuk menarik perhatian pelanggan agar tertarik membeli baju thrifting, ada beberapa strategi yang perlu diperhatikan:

   - **Menampilkan produk dengan menarik:** Foto dan video berkualitas tinggi sangat penting untuk menarik perhatian calon pembeli. Deskripsi yang lengkap dan jujur tentang kondisi produk juga krusial untuk membangun kepercayaan.
   - **Menonjolkan keunikan dan keunggulan:** Baju thrifting memiliki daya tarik tersendiri karena keunikannya. Tonjolkan produk-produk langka atau yang sulit ditemukan. Tawarkan harga yang terjangkau dan pastikan kualitasnya terjamin.
   - **Membangun citra merek yang kuat:** Nama dan logo yang menarik, branding yang konsisten, serta fokus pada nilai-nilai tertentu (misalnya keberlanjutan atau gaya vintage) akan membantu merek Anda dikenal dan dipercaya.
   - **Promosi diskon dan promo:** Diskon khusus, promo menarik (seperti *flash sale* atau *giveaway*), dan event khusus (seperti *garage sale*) efektif untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih kami tujukan kepada:

- ✓ **UMKM *thrift store fashion* :** Atas antusiasme dan partisipasi aktif dalam kegiatan ini. Semoga ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh dapat bermanfaat untuk mengembangkan bisnis.
- ✓ **Tim Pelaksana:** Atas kerja keras, dedikasi, dan kerjasama yang solid dalam melaksanakan kegiatan ini.
- ✓ **Tiktok :** Atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

Berikut adalah daftar pustaka yang digunakan sebagai referensi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

- **Kotler, P., & Keller, K. L. (2016).** Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- **Armstrong, G., & Kotler, P. (2010).** Marketing: An introduction (10th ed.). Pearson Education.
- **Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018).** E-commerce: A managerial perspective (9th ed.). Springer.