



## MENGEDUKASI USAHA” CILOK “MELALUI KEGIATAN PENINGKATAN AKSES UMKM DI PASAR STASIUN GONDANGDIA MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

Tanjung Prasetyo<sup>1</sup>, Rangga Dwi Saputra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia

Jl. Prof. DR. Soepomo No.84 7, RT.7/RW.1, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12870, Indonesia

### SUBMISSION TRACK

Submitted : 11 July 2024  
Accepted : 20 July 2024  
Published : 21 July 2024

### KEYWORDS

usaha makanan cilok ,  
promosi melalui media sosial  
Tiktok , kreatif dalam buat  
produk

cilok food business, promotion  
via TikTok social media,  
creative in making products

### CORRESPONDENCE

E-mail:  
[Tanjung\\_Prasetyo@usahid.ac.id](mailto:Tanjung_Prasetyo@usahid.ac.id),  
[Ranggadwis32@gmail.com](mailto:Ranggadwis32@gmail.com)

### A B S T R A C T

Pengenalan, Pengetahuan serta Pelatihan terkait pemasaran melalui media sosial Tiktok kepada pedagang cilok yang membuka usaha dagang cilok yang berlokasi di Jalan Srikaya no 1, Kelurahan Kebon Sirih , kecamatan menteng , kota Jakarta Pusat , Daerah khusus Ibu Kota Jakarta . sekarang sudah banyak pedagang atau pengusaha yang melakukan transaksi jual beli menggunakan media sosial salah satunya menggunakan aplikasi Tiktok , tetapi masih banyak pedagang atau pengusaha yang tidak mempromosikan dagangan nya atau produknya dengan media sosial , di karenakan kurangnya pengetahuan ,seperti pedagang cilok yang berada di pasar Stasiun Gondangdia , permasalahan lain di karenakan cilok yang di tawarkan tidak berbagai varian rasa , sebab karena itu , pelaksanaan kegiatan ini dilaksanakan bertujuan untuk membantu atau mengedukasi pedagang atau pengusaha cilok mengetahui cara mempromosikan dagangan nya atau produk nya melalui media sosial Tiktok , dan serta memberitahu tentang banyak varian rasa cilok yaitu cilok isi ayam , cilok isi keju ,dll , yang lebih berinovatif , dalam metode kegiatan kali ini berkesempatan melakukan secara pendampingan langsung , hasil dari kegiatan ini agar pedagang atau pengusaha melakukan promosi atau memasarkan produknya melalui media sosial dan lebih bervariasi dalam membuat suatu ide makanan.

Introduction, knowledge and training related to marketing via TikTok social media for cilok traders who open a cilok trading business located on Jalan Srikaya No. 1, Kebon Sirih sub-district, Menteng sub-district, Central Jakarta city, special area of the capital city of Jakarta. Now there are many traders or entrepreneurs who carry out buying and selling transactions using social media, one of which is using the TikTok application, but there are still many traders or entrepreneurs who do not promote their merchandise or products using social media, due to a lack of knowledge, such as cilok traders in the market. Gondangdia Station, another problem is that the cilok offered does not have a variety of flavors, therefore, this activity is carried out with the aim of helping or educating cilok traders or entrepreneurs to know how to promote their merchandise or products via TikTok social media, and also inform them about there are many variations of cilok flavors, namely cilok stuffed with chicken, cilok stuffed with cheese, etc., which are more innovative, in this activity method the opportunity to carry out direct assistance, the



results of this activity are for traders or entrepreneurs to promote or market their products via social media and be more varied in create a food idea.

2024 All right reserved

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) license

## PENDAHULUAN

Makanan cilok merupakan makanan yang artinya “ ACI DI COLOK “ adalah makanan yang terbuat dari tepung tapioka , bentuknya bulat seperti bakso , yang bisa di beri isian daging ayam suwir , keju ,dan juga bisa polos, dan juga sebagainya ,biasanya di sajikan dengan bumbu kacang ,saus ,kecap dan juga ada yang kuah.

Manfaat atau khasiat dari jajanan cilok yang memakai bahan dasar aci atau tepung tapioka yang banyak mengandung akan kandungan selenium ,tembaga , mangan , besi , kalsium , asam folat ,serat , dan vitamin b6. Kandungan serat di tepung tapioka ini lah yang di klaim sebut bisa mencegah konstipasi , kanker usus besar sekaligus melancarkan pencernaan.

Cilok biasanya di jual menjadi jajanan jalanan oleh pedagang kaki lima dengan memakai sepeda motor atau gerobak yang mangkal dan juga di dorong, harga nya pun sangat murah sebab target utamanya kebanyakan anak-anak tetapi juga remaja hingga orang dewasa banyak yang menyukai jajanan tersebut,

Makanan cilok merupakan bisnis makanan yang di bikin dengan tangan yang olahannya atau adonan nya harus pas supaya cilok menjadi enak dan di sukai oleh konsumen , biasanya cilok berada di acara sunatan, nikahan dll nya, banyak kalangan masyarakat yang menyukai makanan cilok dari anak-anak , remaja , hingga orang dewasa , makanan ini terdapat berbagai rasa ada yang berisi dan juga ada yang polos , tetapi rata-rata kalangan masyarakat menyukai yang ada isinya , hal itu merupakan totalitas bagaimana produk terlihat.

Untuk membuka usaha makanan cilok ini adalah pilihan yang tepat karena banyak yang suka dengan makanan cilok ini , usaha cilok ini sangat menjanjikan ,tetapi jika usaha tidak di lakukan dengan promosi atau pemasaran akan sama saja , usaha tersebut tidak dapat di kenal oleh kalangan masyarakat yang luas dan tidak menjamin usaha tersebut akan maju atau berkembang ,dengan adanya media sosial Tiktok para pengusaha atau pedagang bisa mempromosikan dagangannya dengan jaringan yang luas.

Media sosial merupakan perkembangan zaman yang pesat dari adanya teknologi berjenis web yang berbasis internet yang berguna sebagai memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dengan orang banyak , dapat saling berpartisipasi ,dan yang paling penting untuk berusaha mejual atau memasarkan produk yang ingin kita jual.

## METODE PELAKSANAAN

Pada kegiatan pengabdian kali ini kepada masyarakat saat ini. Kita melakukan nya kepada para pedagang UMKM dengan masalah yang kini sudah sering terjadi ,di ketahui permasalahan ini pada promosi atau menawarkan suatu produk kepada para masyarakat yang luas dan tidak adanya kreatifitas pada pedagang karena tidak ada varian isi pada cilok tersebut.dengan begitu kita memberikan masukan untuk memasarkan produknya melalui media sosial Tiktok .



- A. Tahap pertama ,adalah menjelaskan pentingnya cara mempromosikan suatu produk melalui media sosial yang baik itu seperti apa . agar penjualan produk semakin banyak peminat nya atau dikenal oleh masyarakat luar .maka dari itu harus lebih mengetahui cara memasarkan suatu produk untuk menarik banyak pelanggan,nantinya pasti akan meningkatkan banyak penjualan.serta menjelaskan manfaat adanya teknik promosi ini dan kelebihan produk dari produk lain
- B. Tahap kedua,adalah mendampingi pedagang umkm untuk menginstal aplikasi Tiktok untuk membuat konten yang unik untuk memasarkan produknya
- C. Tahap ketiga,adalah mendampingi serta pelatihan kepada pedagang umkm untuk lebih kreatif dengan membuat konten yang lebih unik untuk menarik pelanggan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian ini yang telah di laksanakan kepada pedagang umkm cilok adalah memberikan pengetahuan bagaimana mempromosikan dagangan nya lewat media sosial Tiktok dan memberi arahan bahwa cilok memiliki varian isi yang bermacam-macam.



Gambar 1. Memberikan penjelasan pengetahuan tentang cara promosi di social media lewat aplikasi Tiktok

Pada tahap pertama pengabdian dilakukan dengan cara memberikan penjelasan mengenai promosi kepada pedagang cilok melalui media social Tiktok , pada era digital saat ini Tiktok sangat ramai yang menggunakan nya untuk hiburan maupun untuk berdagang.



Gambar 2. Mendampingi membuat akun Tiktok kepada pedagang umkm cilok



Di tahap kedua , Saya membantu atau mendampingi pedagang untuk membuat akun Tiktok untuk memasarkan produk dagangan nya.



Gambar 3. Mendampingi menginstal aplikasi Pinterest atau Capcut untuk desain produk  
Di tahap ke tiga , Saya membantu atau mendampingi pedagang umkm menginstal aplikasi capcut atau pinterest untuk membuat konten tentang produk nya agar lebih menarik banyak masyarakat luas , agar pedagang tersebut bisa lebih kreatif dan inovatif lagi.



## KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kali ini kepada masyarakat yang telah di laksanakan kepada mitra usaha pedagang cilok dapat di ambil kesimpulan dengan melalui kegiatan pengenalan dan pelatihan untuk memasarkan produk nya lebih luas dengan cara menggunakan aplikasi media sosial Tiktok , lalu membantu refrensi untuk melakukan pengembangan untuk membuat konten yang menarik dari produk tersebut dengan aplikasi Capcut atau Pinterest.

Sehingga pedagang dapat mengimplementasikannya kedalam usaha cilok , agar bisa lebih dapat di kenal oleh masyarakat luas melalui pemaaran lewat media sosial, dengan melakukan pengembangan membuat konten di Tiktok maka bisa di jadikan sebuah daya tarik melalui varian isi cilok yang unik.

Tingkat kepuasan pedagang umkm sangat besar , pedagang bisa mengetahui seberapa penting untuk promosi atau memasarkan suatu produk lewat media sosial , dan cara membuat konten-konten yang unik untuk , mampromosikan produknya , dengan adanya handphone dan media sosial Tiktok pedagang bisa memasarkan produk dagangan nya kapan saja.

## DAFTAR PUSTAKA



- Maharani, B., Fendisty, A. L., Masjidin, U. L., Ardiyan, D., Rizky, N. D., & Hidayah, N. (2021). Pelatihan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Pelaku UMKM di Desa Srumbung Magelang: Digital Marketing Training to Improve the Skills of MSMEs Players in Srumbung Village, Magelang. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 434–440. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v6i4.1926>
- Teddy Setiawan, Dwinanto Priyo Susetyo, & Eka Pranajaya. (2021). EDUKASI LITERASI DIGITAL : PENDAMPINGAN TRANSFORMASI DIGITAL PELAKU UMKM SUKABUMI PAKIDULAN. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(7), 1599–1606. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v1i7.692>
- Puspita, I. L., Ariningrum, H., Sariningsih, E., Alansori, A., & Dewi, T. S. W. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Bagi UMKM Kemiri Kelurahan Sumber Agung Bandar Lampung. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 59–65. <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.1020>
- Muljanto Silajadja, Pamela Magdalena, & Trinandari Prasetyo Nugrahanti. (2023). Pemanfaatan Media Sosial (Digital Marketing) untuk Pemasaran Produk UMKM. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v2i2.1001>