

**Optimalisasi Konten Video Melalui Platform Tiktok Untuk Promosi Produk Tahu Sumedang Putri Deli Kec.Namorambe Kab.Deli Serdang****Sri Kusnasari<sup>1</sup>, Siti Julianita Siregar<sup>2</sup>, Meri Sri Wahyuni<sup>3</sup>, Suardi Yakub<sup>4</sup>, Rina Mahyuni<sup>5</sup>, Muhammad Syahril<sup>6</sup>**<sup>1,2,3,4,6</sup> Sistem Informasi, STMIK Triguna Dharma<sup>5</sup> Sistem Komputer, STMIK Triguna DharmaEmail: <sup>1</sup>srikusnasari.tgd@gmail.com, <sup>2</sup>siti.julianita18@gmail.com, <sup>3</sup>meri.sriwahyuni@gmail.com, <sup>4</sup>yakubsuardi@gmail.com, <sup>5</sup>rinamahyuni14@gmail.com, <sup>6</sup>muhammadsyahril.tgd@gmail.com**Abstrak**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk membantu UMKM Tahu Sumedang Putri Deli yang berlokasi di Kec. Namorambe, Kab. Deli Serdang dalam meningkatkan citra dan jangkauan pasar melalui optimalisasi konten video menggunakan platform TikTok sebagai media promosi produk. Permasalahan mitra selama ini adalah pemasaran produk yang masih terbatas secara offline dan promosi dari mulut ke mulut sehingga potensi produk yang berkualitas belum dikenal luas oleh masyarakat. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan pelatihan praktik langsung. Mitra diberikan pelatihan pembuatan akun TikTok bisnis, pengenalan ide konten, teknik pengambilan video menggunakan smartphone, editing video sederhana, hingga strategi publikasi konten secara efektif. Pendampingan dilakukan untuk memastikan mitra dapat memproduksi konten secara mandiri dan memanfaatkan TikTok sebagai media promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra mampu membuat dan mengunggah 6 konten video promosi di akun TikTok UMKM secara mandiri dengan peningkatan keterampilan digital marketing, mulai dari pengambilan video, editing, hingga strategi penggunaan caption dan hashtag. Kegiatan ini berdampak positif dalam membantu UMKM memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dengan biaya efisien, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan potensi penjualan produk tahu secara berkelanjutan di era digital.

**Kata kunci:** Konten Video, Promosi, TikTok, Tahu Sumedang, UMKM.**Abstract**

*This community service activity aimed to assist Tahu Sumedang Putri Deli, a micro, small, and medium enterprise (MSME) located in Namorambe District, Deli Serdang Regency, in improving its product image and market reach through video content optimization using the TikTok platform as a promotional media. The partner's primary issue was that product marketing was still limited to offline sales and word-of-mouth promotion, resulting in the high-quality product not being widely recognized by the broader community. The implementation method employed a participatory approach and hands-on training. The partner received training on creating a business TikTok account, content ideation, video recording techniques using a smartphone, basic video editing, and effective content publication strategies. Assistance was provided to ensure that the partner could independently produce content and utilize TikTok as a promotional media. The results showed that the partner was able to independently create and upload four promotional video contents on the MSME's TikTok account, demonstrating improved digital marketing skills, from video recording and editing to the use of captions and hashtags effectively. This activity had a positive impact in helping the MSME utilize digital platforms for cost-efficient marketing, thereby increasing competitiveness and the potential for sustainable tofu product sales in the digital era.*

**Keywords:** Video Content, Promotion, TikTok, Tahu Sumedang, UMKM.**1. PENDAHULUAN**

Di era digital saat ini, pelaku UMKM di Indonesia masih mengalami berbagai hambatan dalam bersaing dengan produk-produk dari industri besar (Trisnandita et al., 2025). Oleh karena itu, UMKM terus melakukan inovasi, khususnya dalam penerapan strategi promosi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk agar dapat tetap bersaing dengan produk industri berskala besar. Dukungan dan

pengembangan terhadap UMKM juga akan membantu membuka lebih banyak peluang kerja bagi masyarakat (Masitoh et al., 2024).

Tahu merupakan salah satu makanan pokok yang banyak dikonsumsi masyarakat dan biasanya selalu tersedia (Fatira AK et al., 2020). Selain memiliki harga yang terjangkau, tahu juga mengandung protein dengan nilai gizi yang tinggi. Keunggulan lainnya, tahu mudah diolah dan proses pengolahannya tidak rumit, sehingga cocok menjadi pilihan konsumsi bagi masyarakat (Haryono et al., 2022).

Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah UMKM Tahu Sumedang Putri Deli, sebuah usaha produksi tahu yang dikelola oleh keluarga Bapak Herijon Tarigan, lulusan SMP, yang telah beroperasi sejak tahun 2012 dan berlokasi di Desa Lau Mulgap, Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Berikut ini merupakan hasil observasi langsung terkait proses produksi tahu Sumedang di UMKM Tahu Sumedang Putri Deli:



Gambar 1. Produksi Tahu Sumedang Putri Deli

Berdasarkan pengamatan dan wawancara dengan mitra menjelaskan bahwa pemasaran produk masih terbatas secara offline seperti penjualan langsung di rumah produksi, menitipkan pada warung sekitar, dan penjualan melalui mulut ke mulut dari konsumen yang pernah membeli sebelumnya. Hal ini membuat jangkauan pasar menjadi sangat terbatas, sehingga potensi produk yang berkualitas ini belum dikenal secara luas oleh masyarakat di luar wilayah produksi. Selain itu, tidak adanya dokumentasi visual dan promosi online membuat brand awareness produk tidak berkembang sehingga sulit bersaing dengan produk tahu industri lain.

Di sisi lain, saat ini terjadi perubahan perilaku konsumen yang lebih banyak mengakses informasi melalui media sosial berbasis video pendek, khususnya TikTok. TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia dengan rata-rata waktu penggunaan yang tinggi setiap harinya, menjadikannya media promosi yang efektif, efisien, dan berbiaya nol rupiah (Anang Setiawan et al., 2025).

Konten video pendek yang menarik, informatif, dan konsisten diunggah dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta mempengaruhi keputusan pembelian produk secara cepat (Novita et al., 2023). Potensi viral dari TikTok memungkinkan sebuah produk lokal seperti tahu Sumedang Putri Deli dapat dikenal luas dalam waktu singkat, asalkan konten yang dibuat relevan dan menarik perhatian audiens.

Dengan memanfaatkan TikTok sebagai sarana promosi, UMKM Tahu Sumedang Putri Deli memiliki peluang untuk:

- Meningkatkan citra produk menjadi lebih profesional dan terpercaya di mata konsumen.
- Memperluas jangkauan pasar ke luar wilayah produksi secara signifikan tanpa perlu membuka cabang fisik.
- Meningkatkan penjualan produk secara langsung melalui promosi digital dengan biaya minim.

- Menarik reseller dan konsumen baru yang aktif menggunakan media sosial.

Namun, pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan keterampilan dalam pembuatan konten video, ide konten yang sesuai, teknik editing, dan strategi posting agar konten dapat menjangkau lebih banyak audiens (FYP). Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan pembuatan konten video melalui TikTok sangat diperlukan untuk membantu UMKM memanfaatkan peluang promosi digital secara tepat dan berkelanjutan.

Melalui kegiatan pengabdian ini, UMKM Tahu Sumedang Putri Deli akan diberikan pelatihan dan pendampingan teknis mulai dari membuat akun TikTok bisnis, pembuatan ide konten, teknik pengambilan video menggunakan smartphone, editing video, serta strategi publikasi konten secara efektif. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan citra, jangkauan pasar, dan potensi penjualan produk mereka di era digital.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif, pelatihan praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan agar mitra UMKM dapat menguasai keterampilan pembuatan, pengelolaan, dan pemanfaatan konten TikTok secara mandiri untuk promosi produk.

Adapun metode pelaksanaan dalam melakukan pengabdian pada mitra UMKM Tahu Sumedang Deli sebagai berikut:

### 1. Metode Persiapan

Pada metode persiapan ini, tim pelaksana melakukan diskusi dengan pemilik UMKM Tahu Sumedang Putri Deli untuk menjelaskan tujuan, manfaat, jadwal dan teknis pelaksanaan kegiatan. Setelah itu, survey area produksi dimana ruang yang dapat digunakan untuk pembuatan konten, ketersediaan alat (*smartphone*, tripot, cahaya), serta kesiapan mitra. Setelah disepakati dengan mitra, tim pelaksana melakukan persiapan penyusunan materi pelatihan dimana materi disusun secara sistematis dengan materi pengenalan TikTok, teknik produksi video, editing dasar, hingga strategi posting yang sesuai dengan karakter UMKM.



Gambar 2. Diskusi Dengan Pemilik UMKM Tahu Sumedang Putri Deli

### 2. Metode Pelaksanaan Pelatihan

Dalam metode pelaksanaan pelatihan, kegiatan pelaksanaan dilakukan dengan ceramah interaktif, demonstratif, dan praktik langsung dengan langkah sebagai berikut:

- Pengenalan TikTok untuk UMKM
- Pembuatan Akun TikTok Bisnis
- Pelatihan Pembuatan Konten Video
- Strategi Publikasi Konten

### 3. Metode Diskusi dan Pendampingan

Metode diskusi dan pendampingan dilakukan untuk memastikan mitra mampu mengimplementasikan keterampilan secara mandiri dengan kegiatan pendampingan pembuatan 5-7 konten pertama, bimbingan pembuatan jadwal konten, monitoring engagement dan konsultasi berkelanjutan.

### 4. Metode Evaluasi dan Diskusi

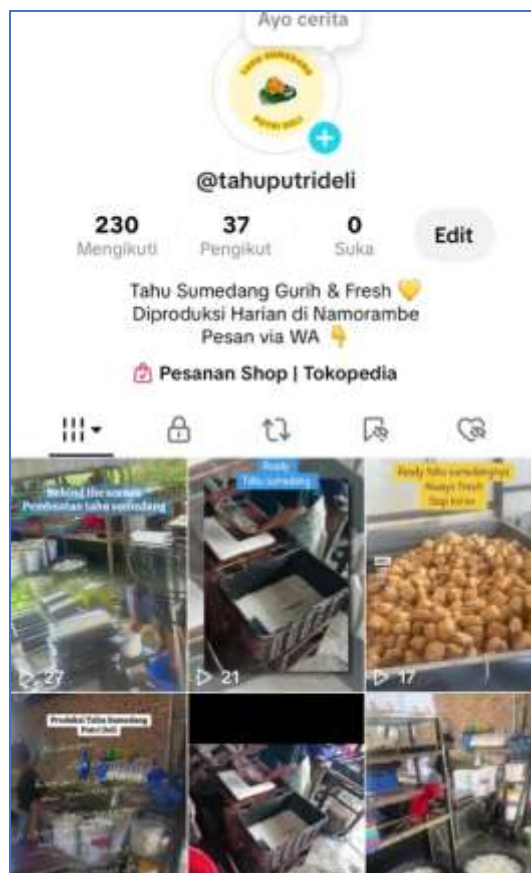
Metode evaluasi dilakukan untuk mengetahui pemahaman mitra dengan materi yang telah disampaikan. Setelah itu, mengevaluasi akun TikTok mitra (penambahan pengikut, jumlah tayangan video, interaksi audiens) dan melakukan diskusi bersama mitra terkait kendala selama pembuatan konten dan penggunaan TikTok untuk promosi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di laksanakan di UMKM Tahu Sumedang Putri Deli, Kec. Namorambe, Kab. Deli Sedang pada tanggal 11 Juli 2025. Kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dengan luaran sebagai berikut:

#### 1. Akun TikTok UMKM Aktif

Sebagai langkah awal dalam proses promosi produk tahu, tim pelaksana melakukan pembuatan akun TikTok dengan nama @tahuputrideli yang telah diatur profil, bio dan tautan WhatsApp untuk pemesanan *online*.

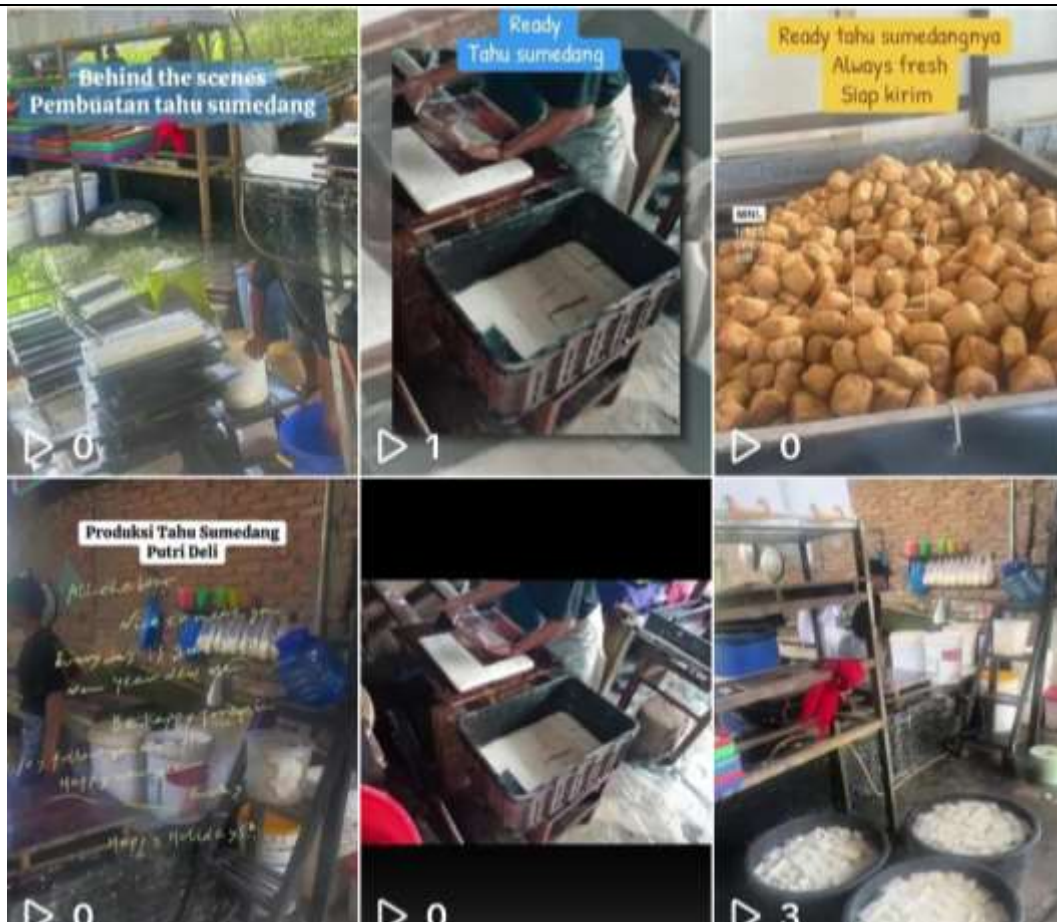


Gambar 3. Akun TikTok Tahu Putri Deli

#### 2. Pembuatan dan Upload Konten Video

Selama pendampingan, tim bersama mitra berhasil memproduksi 6 konten video pendek yang telah diunggah ke akun TikTok UMKM Tahu Sumedang Putri Deli meliputi:

- Video proses pembuatan tahu
- Video behind the scene produksi
- Video tahu siap untuk dijual
- Video tahu fresh setiap hari
- Video tahapan pembuatan tahu
- Video edukasi tentang keunggulan tahu Sumedang Putri Deli



Gambar 4. Konten Video

### 3. Peningkatan Kemampuan Mitra

Mitra dapat menggunakan smartphone untuk merekam video dengan sudut yang estetik, menggunakan cahaya natural, serta melakukan editing sederhana dengan aplikasi TikTok dan CapCut. Mitra juga memahami cara menambahkan musik, teks, serta penggunaan hashtag dan caption yang sesuai.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung terbukti efektif dalam membantu UMKM memahami serta mempraktikkan penggunaan TikTok sebagai media promosi.

#### a. Pentingnya Konten Visual dan Branding

Hasil menunjukkan bahwa konten video yang menarik dapat meningkatkan citra produk tahu sebagai produk higienis, berkualitas, dan menarik bagi generasi muda, yang selama ini belum terjangkau oleh metode pemasaran konvensional.

#### b. TikTok Sebagai Media Promosi Efisien

TikTok sebagai platform video pendek memiliki potensi viral yang mendukung peningkatan jangkauan promosi UMKM dengan biaya promosi nol rupiah. Selama pendampingan, mitra dapat memahami bahwa video sederhana dengan narasi yang menarik dapat menjangkau ratusan hingga ribuan audiens dalam waktu singkat, lebih efektif daripada hanya mengandalkan promosi offline.

#### c. Peningkatan Keterampilan Digital Mitra

Mitra yang sebelumnya tidak memahami teknik perekaman video dan strategi promosi online kini memiliki keterampilan untuk memproduksi konten secara mandiri. Hal ini meningkatkan kemandirian mitra dalam menjalankan promosi usahanya di era digital.

#### d. Kendala dan Solusi

Kendala yang ditemukan selama kegiatan:

- Keterbatasan alat: Mitra hanya menggunakan smartphone dengan spesifikasi standar.

- Keterbatasan waktu: Karena produksi tahu berjalan setiap hari, waktu pengambilan video perlu disesuaikan.
  - Koneksi internet tidak stabil saat upload.
- Solusi yang diterapkan yaitu:
- Memanfaatkan cahaya alami untuk kualitas video.
  - Pembuatan jadwal konten sesuai jam produksi.
  - Upload video saat sinyal internet stabil (malam hari).
- e. Potensi Keberlanjutan  
Mitra memiliki minat dan motivasi tinggi untuk melanjutkan promosi menggunakan TikTok, termasuk rencana untuk upload rutin 3x per minggu serta membuat konten testimoni konsumen, tips resep, dan aktivitas harian produksi.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pembuatan konten video melalui platform TikTok kepada UMKM Tahu Sumedang Deli telah dilaksanakan dengan baik dan mencapai hasil yang sesuai dengan tujuan. Kegiatan yang dilakukan dapat membantu UMKM Tahu Sumedang Putri Deli memahami dan memanfaatkan TikTok sebagai media promosi produk secara efektif. Disamping itu juga dari kegiatan ini menghasilkan akun TikTok bisnis aktif dengan beberapa konten video promosi yang telah diunggah secara terjadwal dan meningkatkan keterampilan mitra dalam membuat konten video promosi menggunakan *smartphone*, mulai dari teknik perekaman, editing hingga strategi posting.

Dengan terlaksananya kegiatan ini, UMKM Tahu Sumedang Deli memiliki keterampilan digital marketing yang aplikatif, meningkatkan citra produk, dan memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan serta mendukung penguatan daya UMKM di era digital.

#### 5. SARAN

Untuk keberlanjutan program ini, disarankan agar Mitra dapat mengunggah konten secara rutin minimal 3 kali per minggu untuk menjaga engagement audiens, meningkatkan peluang video masuk FYP dan memperluas jangkauan promosi. Selain itu, Mitra disarankan memanfaatkan fitur *Insight TikTok* untuk membantu performa setiap video (penonton, like, komentar, share) sehingga mengevaluasi jenis konten yang paling disukai audiens untuk dioptimalkan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anang Setiawan, Fadil Muhammad, Nurul Chalisa Majiding, Achmad Ridha, & Azlan Azhari. (2025). Optimalisasi Konten Instagram dan TikTok serta Pelatihan Editing Video dengan CapCut bagi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Waradin*, 5(2), 56–64. <https://doi.org/10.56910/wrd.v5i2.674>
- Fatira AK, M., Suadi, S., Safrida, E., Sebayang, R., & Nurlinda, N. (2020). Peningkatan Produksi Usaha Tahu Sumedang Melalui Penyediaan Peralatan dan Pendampingan Usaha. *Mattawang: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 71–78. <https://doi.org/10.35877/454ri.mattawang207>
- Haryono, G., Esteka Sari, A., Abdallah, Z., & Pramurza, D. (2022). *Optimalisasi Produktivitas Usaha Tahu Sumedang Husin Pelayang Raya*.
- Masitoh, G., Wardianto, Turmuji, Rusmiati, Najah F, A., & Wahtu P, L. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Berbasis Digital Marketing produk UMKM Tahu Bu Siti Bandarjaya. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 4721–4728. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i4.4305>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Maynardarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Trisandita, P., Dwi Indriani, S., Wulandari A, A., Amanda S, M., Ramadhani, A., & Ussholikah, N. (2025). Optimalisasi Promosi Dan Pemasaran Melalui Platform TikTok Terhadap Permintaan Produk UMKM Tina Jaya Lamongan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(2), 1773–1780. <https://doi.org/http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i2.5618>