



PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Editor Officer : PPPM Institut Teknologi Pagar Alam Jl Masik Siagim No.75
Kec Dempo Tengah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan
Indonesia
Email : Ngabdimas@lppmsttpagaralam.ac.id

PELATIHAN APLIKASI CAPCUT DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UMKM DI DESA TANJUNG LAGO

¹⁾M. Rizki Julianto, ^{2*)}Diana

^{1,2)}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Sains Teknologi
Universitas Bina Darma

Jalan A. Yani no 4 Plaju Palembang

*Email : diana@binadarma.ac.id

Abstrak

Angka transaksi belanja online semakin meningkat di era ini. Pemanfaatan platform e-commerce memungkinkan terjadi transaksi online yang dapat meningkatkan interaksi antara pelaku UMKM dan konsumen. Sangat disayangkan apabila peluang baik ini tidak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago. Pelatihan ini diikuti oleh 12 orang pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago. Para peserta mengikuti seluruh rangkaian acara dengan baik dan antusias. Setiap materi yang di sampaikan dapat dipahami dan sesuai dengan yang diharapkan. Peningkatan pemahaman materi pelatihan meningkat dilihat dari hasil pre test dan post test yang meningkat rata-rata 11.67 point dari rata-rata 70,83 menjadi 82,5. Berdasarkan hasil pengolahan kuisioner diperoleh nilai rata-rata 4,3 yang bermakna bahwa kualitas pelatihan masuk dalam kategori baik. Pelaksanaan program pelatihan penggunaan platform e-commerce melalui aplikasi CapCut dan TikTok di Desa Tanjung Lago berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan promosi pelaku UMKM. Kegiatan ini membekali para pelaku usaha dengan keterampilan dalam membuat konten digital yang menarik serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran produk.

Kata Kunci : E-Commerce, CapCut, TikTok, UMKM

1. PENDAHULUAN.

E-commerce merupakan salah satu bentuk kemajuan yang muncul dari pesatnya perkembangan internet dan menjadi tren di dunia selama sepuluh tahun terakhir. Angka transaksi belanja online cenderung meningkat, hal ini merupakan peluang besar yang dapat mengembangkan dan memanfaatkan aktivitas digitalisasi ekonomi secara optimal (Bahtiar, Rais 2020). E-commerce sebagai perdagangan dengan perantara perangkat elektronik yang terhubung satu sama lain dalam ruang virtual. Baik pebisnis, konsumen maupun masyarakat mendapat manfaat besar dari e-commerce sehingga berdampak mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah secara langsung dan tidak langsung (Rahmadani, Novia et al. 2024). Peningkatan minat masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa secara online, sehingga e-commerce dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Pratiwi 2022).

Pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha. Meskipun teknologi seperti smartphone dan internet sudah cukup tersedia, banyak dari mereka belum memiliki keterampilan dalam membuat konten pemasaran yang menarik melalui aplikasi seperti TikTok dan CapCut. Rendahnya literasi digital, kurangnya pelatihan, serta minimnya kepercayaan diri menjadi hambatan utama. Akibatnya, promosi produk masih dilakukan secara konvensional dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Para pelaku UMKM harus bisa merancang pesan promosi dengan baik, menggunakan media sosial dan mengoptimalkan penggunaan e-commerce dengan program promosi yang menarik (Trulline 2021).

Pelaku UMKM harus lebih mengembangkan kembali sarana dalam melakukan usahanya sehingga dapat meningkatkan penjualan, pengetahuan dan memanfaatkan teknologi dalam bertransaksi (Rusdi, Amiani, and Murjana 2023).

Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dasar kepada pelaku UMKM untuk memanfaatkan media digital, khususnya melalui pengeditan video menggunakan aplikasi CapCut dan strategi memposting video di aplikasi TikTok sebagai sarana promosi usaha. Tujuan dan capai kegiatan ini meliputi : 1) peserta memahami fungsi dan fitur dasar aplikasi CapCut; 2) peserta mampu membuat video promosi sederhana untuk produk atau usahanya; 3) peserta dapat membuat akun TikTok dan memahami cara kerja platform tersebut; 4) peserta mengetahui strategi dasar untuk memposting video secara efektif; 5) peserta mampu mengunggah video yang telah diedit ke aplikasi Tiktok secara mandiri dan 6) peserta termotivasi untuk terus berkreasi dalam promosi usaha melalui media sosial.

Aplikasi CapCut dapat membantu Kawao Art Management untuk menghasilkan video berkualitas dan menarik untuk membangun citra brand di media sosial (Ismaun, Wajidi, and Imam Quraisy 2023). Kemudahan dalam menggunakan Capcut dapat menambah motivasi mitra Samira Travel untuk membuat story di media sosial manapunotivasi, motivasi yang meningkat diharapkan dapat meningkatkan penjualan secara signifikan (Asmawan, Chairil et al. 2024). Pelatihan dapat meningkatkan keterampilan santri dalam memanfaatkan aplikasi CapCut untuk pembuatan konten pendidikan, sehingga keterampilan akan terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang (Fitriyah 2024). Menurut temuan kajian ini, TikTok media promotion merupakan sarana promosi yang efektif untuk meningkatkan penjualan (Afiah et al. 2022). UKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan penjualan secara signifikan dan menjadi referensi bagi bisnis yang ingin mengembangkan strategi pemasaran digital mereka (Mesran et al. 2024).

2. METODE.

Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Tanjung Lago, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan ini adalah kegiatan individu mahasiswa dalam kegiatan KKN tematik. Pelaksanaan KKN tematik dilakukan selama 2 bulan, yaitu dari bulan April 2025 sampai Mei 2025, rincian kegiatan sebagai berikut :

1. Persiapan dan koordinasi
2. Sosialiasasi dan pelatihan dasar
3. Dokumentasi dan evaluasi hasil kegiatan.

Khalayak sasaran adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki usaha, baik skala rumah tangga maupun skala kecil menengah. Namun masih terbatas dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam pemasaran produk secara daring melalui platform *e-commerce* dan media sosial. Outcome atau dampak positif kegiatan ini adalah peningkatan pemahaman digital pelaku UMKM, peningkatan keterampilan pembuatan konten digital dan pemanfaatan platform *e-commerce*.

Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago yaitu sosialisasi dan pengenalan digital marketing, pelatihan Capcut dan Tiktok dan pelatihan pembuatan konten promosi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para peserta sesuai dengan bidang usaha masing-masing.

Materi dalam pelatihan ini difokuskan pada pengenalan dan praktik langsung mengedit video menggunakan aplikasi CapCut. Adapun materi yang diberikan adalah mengimpor potongan video, memotong video, mengatur klip video, menambahkan teks ke video, menambahkan efek transisi, menambahkan musik latar, pengaturan kecepatan, mengatur filter dan mengisi suara. Materi selanjutnya berfokus pada cara memposting video di TikTok sebagai sarana promosi usaha UMKM. Materi ini dirancang untuk membantu peserta memanfaatkan platform digital dalam memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, 12 Mei 2025 pukul 09.00-12.00 WIB. Para

peserta mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan antusias dan aktif terlibat pada setiap sesi yang disampaikan.

Tabel 1. Peserta Pelatihan

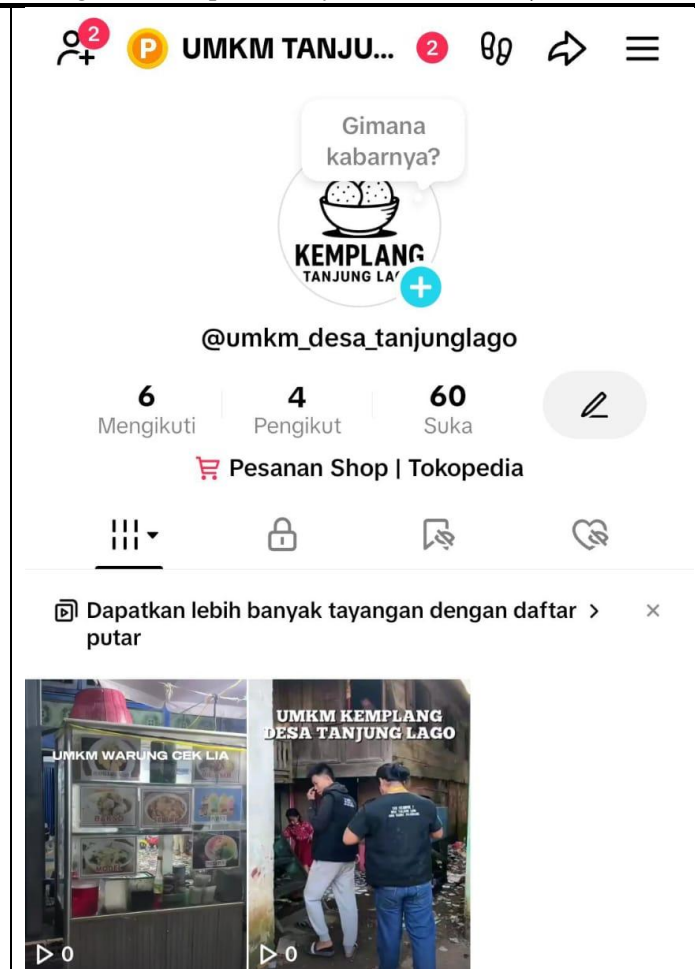
No	Peserta	Usia (Tahun)	Bidang UMKM
1.	Peserta 1	45	Warung Sembako
2.	Peserta 2	58	Kemplang
3.	Peserta 3	29	Warung
4.	Peserta 4	41	Warung Model
5.	Peserta 5	38	Warung
6.	Peserta 6	30	Jual Sayur
7.	Peserta 7	36	Warung
8.	Peserta 8	43	Warung Sembako
9.	Peserta 9	42	Gorengan
10.	Peserta 10	37	Jual Sayur
11.	Peserta 11	40	Bengkel
12.	Peserta 12	35	Bengkel

Para peserta mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan antusias dan aktif terlibat dalam setiap sesi yang disampaikan serta materi yang disampaikan dalam pelatihan berjalan sesuai dengan agenda yang telah direncanakan.



Gambar 1. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan

Sebagai hasil akhir dari pelatihan ini, peserta berhasil membuat akun TikTok yang akan digunakan sebagai media promosi usaha mereka. Selain itu juga telah menghasilkan video promosi akun TikTok yang dibuat secara mandiri. Video-video tersebut merupakan konten proposi yang menampilkan produk atau layanan UMKM milik peserta.



Gambar 2. Akun Tiktok dan Hasil Video Editing untuk Usaha Kemplang

Evaluasi peningkatan pemahaman peserta pelatihan terhadap materi dilakukan dengan cara menyebarkan soal Pre-test dan Post-test. Soal Pre-test disebarkan sebelum pelaksanaan pelatihan dan Post-test disebarkan sesudahnya. Tujuannya adalah mengukur sejauh mana peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan yang telah disampaikan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta Pelatihan

No	Peserta	Nilai Pre-test	Nilai Post-test
1.	Peserta 1	70	80
2.	Peserta 2	80	90
3.	Peserta 3	60	100
4.	Peserta 4	60	70
5.	Peserta 5	70	70
6.	Peserta 6	80	90
7.	Peserta 7	80	90
8.	Peserta 8	60	70
9.	Peserta 9	80	80
10.	Peserta 10	50	70
11.	Peserta 11	90	100
12.	Peserta 12	60	80
	Rata-rata	70.83	82.5

Tabel 2 menunjukkan terjadinya peningkatan nilai setelah pelatihan dengan rata-rata peningkatan sebesar 11.67 point. Hal ini bermakna bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta pelatihan terhadap materi pelatihan. Diharapkan setelah pelatihan ini terjadi peningkatan daya tarik dan jangkauan pasar melalui platform digital. Peserta dapat terus mengembangkan konten kreatif secara konsisten guna mendukung pertumbuhan usaha mereka.

Kualitas pelatihan dapat dievaluasi berdasarkan hasil kuisioner yang telah diisi oleh peserta, yang mencerminkan tingkat kepuasan, pemahaman terhadap materi serta efektivitas metode penyampaian selama pelatihan berlangsung. Kuisioner menggunakan skala linkert 1 sampai 5.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kualitas Pelatihan

No	Daftar Pertanyaan	Nilai Rata-Rata
1.	Apakah materi pelatihan mudah dipahami ?	4,3
2.	Apakah materi pelatihan relevan dengan kebutuhan usaha ?	4,4
3.	Apakah materi editing video dengan CapCut dijelaskan dengan baik dan jelas ?	4,5
4.	Apakah mampu menggunakan fitur-fitur pada aplikasi CapCut ?	4,3
5.	Apakah mampu membuat akun bisnis untuk TikTok ?	4,3
6.	Apakah setelah pelatihan lebih percaya diri untuk memanfaatkan platform digital ?	4,2
7.	Apakah pelatihan ini membantu meningkatkan wawasan tentang digital marketing ?	4,3
8.	Apakah waktu pelatihan cukup untuk memahami materi?	4,1

Nilai rata-rata untuk setiap item pertanyaan diperoleh dengan mencari nilai rata-rata jawaban peserta pelatihan untuk setiap item pertanyaan. Berdasarkan evaluasi kualitas pelatihan diperoleh nilai rata-rata 4,3 yang bermakna bahwa secara umum kualitas pelatihan dinilai baik. Mayoritas peserta menyatakan puas terhadap materi yang telah disampaikan dan metode penyampaian yang digunakan. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berjalan efektif dan mampu memenuhi harapan peserta.

Melalui pendekatan praktik langsung, para peserta dapat memahami dan mengaplikasikan teknik editing video, mengelola akun TikTok, serta menyusun strategi promosi digital secara mandiri. Respon positif dari audiens TikTok juga menunjukkan bahwa platform ini efektif dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Di samping itu, pelaku UMKM mulai menunjukkan rasa percaya diri dan inisiatif untuk terus berinovasi. Dengan adanya pelatihan ini, UMKM di Desa Tanjung Lago menunjukkan potensi besar untuk berkembang secara digital dan lebih kompetitif dalam era ekonomi berbasis teknologi. Program ini dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang bisa direplikasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

Berdasarkan hasil kegiatan, pelatihan digital bagi pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago dapat terus dilanjutkan dengan pendekatan yang lebih berkelanjutan dan terstruktur, termasuk penyediaan modul pelatihan yang mudah dipahami, pendampingan pasca-pelatihan, serta dukungan sarana digital seperti perangkat dan akses internet. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas kreatif lokal dan integrasi promosi dengan platform e-commerce resmi perlu didorong untuk memperluas jangkauan pasar.

4. KESIMPULAN

Penjualan, promosi usaha dan kegiatan pemasaran baik produk maupun jasa dalam dilakukan dengan cara pemasaran digital. Pemasaran digital dilakukan dengan memanfaatkan perangkat yang terhubung dengan internet, yang dapat berdampak positif berupa terjadinya komunikasi antara pelaku UMKM dengan konsumen tanpa jangkauan yang lebih luas. Aplikasi Cap Cut terbukti dapat digunakan untuk melakukan video editing yang mudah. Fitur-fitur yang ditawarkan meliputi mengimpor potongan video, memotong video, mengatur klip video, menambahkan teks ke video, menambahkan efek transisi, menambahkan musik latar, pengaturan kecepatan, mengatur filter dan mengisi suara. sangat bermanfaat untuk menghasilkan video yang berkualitas baik. Demikian juga aplikasi TikTok memberikan kontribusi yang positif dan sangat besar sebagai sarana untuk melakukan promosi usaha bagi pelaku UMKM di Desa Tanjung Lago.

5. SARAN

Saran yang dapat diberikan adalah aparat yang terkait dapat melaksanakan kegiatan – kegiatan positif guna mendorong kemajuan UMKM yang ada dan mendorong munculnya UMKM-UMKM yang lainnya. Pelatihan-pelatihan berkelanjutan dilaksanakan secara berkesinambungan guna meningkatkan jangkauan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan UMKM di Desa Tanjung Lago.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, Nur, Muhammad Hasan, Ratnah S, and Nur Arisah. 2022. "Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Makassar." *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya* 8(4): 1257–66.
- Asmawan, Chairil, Moh., Surya Jatmika, Briliansa Luthfi, Rama, and Wahyu Indriyani. 2024. "Cap Cut Untuk Meningkatkan Penjualan Mitra Samira Travel." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 8(3): 3100–3105.
- Bahtiar, Rais, Agil. 2020. "Potensi, Peran Pemerintah, Dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* 11(1): 13–25.
- Fitriyah, Khoirunnisa. 2024. "Pemanfaatan Aplikasi CapCut Untuk Pembuatan Konten Pemasaran Pendidikan Di Pondok Pesantren Annuar Pungging Mojokerto." *Jurnal Abdimas Al Hidayah* 2(1): 1–7.
- Ismaun, Farid Wajidi, and M Imam Quraisy. 2023. "Peningkatan Kemampuan Personal Branding Melalui Aplikasi Capcut Video Editor Pada Anggota Kawao Art Management." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2): 2830–5302.
- Mesran, Mesran, Suginam Suginam, Joli Afriany, and Dwika Assrani. 2024. "Optimalisasi Peningkatan Penjualan Menggunakan Media Sosial Tiktok." *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(4): 395–401.
- Pratiwi, Kandi Dwi. 2022. "E-Commerce and Economic Growth in Indonesia: Analysis of Panel Data Regression." *Gema Publica* 7(1): 171–86.
- Rahmadani, Novia, Anisa et al. 2024. "Analisis E-Commerce Sebagai Ekonomi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian Di Indonesia." *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 2(1): 27–33.
- Rusdi, Rusdi, Amiani Amiani, and I Made Murjana. 2023. "Pengaruh Media Sosial, Ecommerce Dan Website Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Tenun Di Lombok Tengah." *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis* 4(1): 169–77.
- Trulline, Putri. 2021. "Pemasaran Produk UMKM Melalui Media Sosial Dan E-Commerce." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5(2): 259.