

**PENGOPTIMALAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM SOUVENIR
JEFFANDGEVA DI COLOMADU, KARANGANYAR**



LAPORAN KULIAH KERJA USAHA INOVATIF

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata 1
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh:

TARISA SETI HANDAYANI

20.11.0093

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023**

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA INOVATIF

**PENGOPTIMALAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN
PENJUALAN PADA UMKM SOUVENIR JEFFANDGEVA DI COLOMADU,
KARANGANYAR**

Disusun oleh:

Tarisa Seti Handayani

20.11.0093

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Laporan Kuliah Kerja
Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk dapat menempuh mata kuliah Tugas
Akhir

Program Studi Manajemen

Surakarta, 31 Maret 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



(Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A)

NIDN: 0610119201

Kepala Program Studi Manajemen



(Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A)

NIDN: 0610119201

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan KKU di JeffandGeva Souvenir dengan lancar serta dapat menyusun Laporan Magang KKU ini tepat pada waktunya. Adapun kegiatan Magang KKU ini guna memenuhi salah satu syarat yang harus dilaksanakan untuk menyelesaikan Program Studi Strata 1 Manajemen di STIE Surakarta.

Dalam penyusunan Laporan Magang KKU ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan, kelancaran dan kemampuan dalam melaksanakan magang dan menyelesaikan Laporan Magang KKU ini.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, SE., M.B.A. selaku Kepala Program Studi Manajemen serta Dosen Pembimbing KKU Prodi Manajemen STIE Surakarta, yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis selama penulisan Laporan Magang KKU ini.
3. Ibu Maryshela King selaku pemilik dari UMKM JeffandGeva Souvenir, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melaksanakan magang yang berupa KKU Inovatif.
4. Ayah dan ibu penulis atas dukungan dan doanya, sehingga penulis dapat melaksanakan magang dan menyusun laporan magang dengan lancar.
5. Teman penulis juga salah satu karyawan JeffandGeva yang telah membantu dan menyemangati penulis selama pelaksanaan magang di UMKM JeffandGeva.

6. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan laporan KKU ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Magang ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari cara penulisan maupun segi pembahasannya. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca. Dengan adanya Laporan Magang KKU ini semoga dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 31 Maret 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
LAPORAN KULIAH KERJA USAHA	
A. LATAR BELAKANG	1
B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN	2
C. POKOK MASALAH	5
D. SOLUSI.....	9
E. KESIMPULAN	15
DAFTAR PUSTAKA	16
LAMPIRAN	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo UMKM JeffandGeva	1
Gambar 2. Contoh Foto-Foto Produk UMKM.....	4
Gambar 3. Jumlah Pengikut Instagram JeffandGeva.....	6
Gambar 4. Jumlah <i>Viewers</i> Terbanyak Dan Terendah.....	7
Gambar 5. Kestabilan Jumlah <i>Viewers</i> JeffandGeva	7
Gambar 6. Tampilan Shopee UMKM JeffandGeva.....	8
Gambar 7. Insight Instagram JeffandGeva Setelah Mengunggah Konten	11
Gambar 8. Insight Instagram JeffandGeva Sebelum Mengunggah Konten.....	12
Gambar 9. Tampilan Linktree JeffandGeva.....	13
Gambar 10. Tampilan Grafik Linktree JeffandGeva	13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Penilaian KKU	17
Lampiran 2. Daftar Hadir Mahasiswa Selama KKU	18
Lampiran 3. Data Aktivitas Mahasiswa (<i>logbook</i>)	19
Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan Magang	22

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

A. LATAR BELAKANG

Kegiatan Magang KCU ini penulis laksanakan di UMKM JeffandGeva. UMKM JeffandGeva adalah sebuah bisnis rumahan dengan produk berupa *souvenir* untuk acara ulang tahun, *engagement*, *new baby born*, *souvenir* nikahan dan *souvenir* acara lainnya. JeffandGeva awalnya dibentuk dan dijalankan oleh seorang ibu rumah tangga sejak tahun 2018 bertempat di Perumahan Permata Buana, Tohudan, Colomadu, Karanganyar. Kemudian seiring berjalannya waktu JeffandGeva memiliki 4 karyawan, 2 bagian packing dan 2 lainnya adalah penjahit. Selama kurun waktu 4 tahun JeffandGeva sudah melakukan pengiriman ke seluruh Indonesia, mulai dari Surakarta, Semarang, Jawa Timur, Jakarta, Bandung, Bali, Maluku, Ambon, Kalimantan, bahkan telah dikirim hingga ke Singapura. Menggunakan jasa pengiriman JNE, J&T *Express*, Paxe!, Si Cepat, Indah Cargo dan jasa pengiriman lainnya, serta untuk wilayah Surakarta sendiri biasanya menggunakan *GO Send* atau pelanggan mengambil sendiri pesanan di rumah.

Berikut ini logo dari UMKM JeffandGeva: tidak ada arti khusus dari logo UMKM JeffandGeva selain penggunaan nama dari kedua putra dari *owner* yaitu Jeff dan Geva.



Gambar 1. Logo UMKM JeffandGeva

JeffandGeva memiliki mitra kerja khusus produk tas lipat, *pencil case*, *toiletries*, *3in1 tissue organizer*. Terdapat juga mitra khusus untuk produk mug

custom, mangkok custom. Lalu, mitra khusus untuk membordir handuk dan beberapa *souvenir* yang ingin dibordir untuk menyesuaikan permintaan *customer*. Kemudian ada beberapa jenis produk *souvenir* yang diproduksi sendiri oleh JeffandGeva yaitu tas mika, *lunch box*, tas *totebag*, *pouch*, dan *additional pack* (jinjangan, pita, *hangtag/thanks card*).

Mengikuti perkembangan jaman sekarang ini, pemilik UMKM berusaha untuk menggunakan beberapa aplikasi pemesanan dan promosi yang tersedia sebagai sarana penjualan produk. Pelanggan juga dapat mengecek barang dengan datang ke rumah, karena terdapat barang-barang *souvenir* yang dijadikan display didalam rumah produksi.

Akhir-akhir ini ada banyak konten menarik yang digunakan para pelaku UMKM untuk mempromosikan produknya. UMKM JeffandGeva sendiri juga membuat konten-konten pada sosial media yang dimilikinya. Dengan jumlah pengikut 18,9 ribu di aplikasi Instagram, maka dari itu mengupload konten dengan menyesuaikan apa yang sedang menjadi trend, membuat *feed* Instagram agar tampak menarik, Memfoto produk-produk *souvenir* secara *aesthetic*, membuat Instastory, melakukan promosi dengan media partner, dan lain-lain dilakukan untuk mendapatkan *customer*. Bersaing dengan konten-konten pebisnis lainnya. Hal ini dilakukan agar UMKM terus dapat berkembang dan maju, dapat dikenal masyarakat, dan dapat mencapai tujuan yang diharapkan.

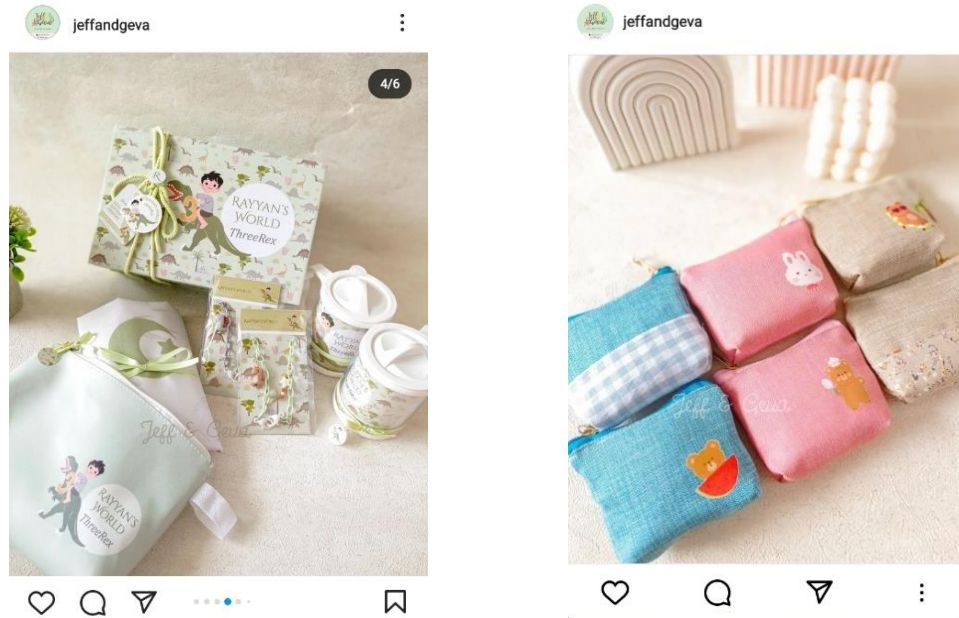
B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN

Dalam hal ini penulis selama magang di UMKM JeffandGeva menempati posisi bagian packing produk dan konten kreator. Kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis ini selama 2 bulan, terhitung mulai tanggal 1 Februari 2023-31 Maret 2023 dengan waktu kerja 7 jam sehari selama 6 hari kerja. Dengan jam kerja dimulai dari jam 10.00-17.00.

Untuk bagian konten kreator, memfoto barang produk, bagian video direkam oleh rekan kerja penulis. Sebelum *souvenir* dikirim, biasanya akan difoto dan

dibuatkan video untuk konten di Instagram. Penulis biasanya mendapat bagian editor foto dan video, dengan menuliskan caption yang menarik dan memasang musik-musik yang sedang *trending* sebagai *backsound* video. Kadang juga mengunggah *Instastory*, mengunggah foto dan video yang sudah diedit, membalas komentar pelanggan yang bertanya di kolom komentar *postingan*, dan membuat katalog produk, mengedit menggunakan aplikasi Canva. Kadang kalau terdapat waktu luang, penulis, rekan kerja, dan *owner* dari UMKM melakukan *hunting* untuk mencari spot foto yang berbeda dengan biasanya, ini dilakukan agar *feed* Instagram tidak terkesan *boring* (membosankan). Berikut adalah konten foto dan video yang penulis edit dan diunggah ke Instagram JeffandGeva:





Gambar 2. Contoh Foto-Foto Produk UMKM

Kegiatan yang dilakukan penulis selain bagian konten kreator adalah *packing* produk. *Packing* produk biasanya dilakukan setelah mengunggah foto dan video ke laman Instagram, karena biasanya foto dan video tersebut telah dilihat pembeli dan akhirnya mereka memesan barang. Maka penulis dan rekan kerja penulis melakukan *packing product*. Proses *packing* produk sendiri dimulai dari:

1. Menyiapkan dan memotong bahan produk *souvenir*,
2. Kemudian memotong kertas print untuk jinjingan dan *hangtag*,
3. Memotong kain atau mika untuk bahan *souvenir* tas, memotong *tulle* untuk kemasan *souvenir*, memotong pita sebagai hiasan,
4. Kemudian *quality control* barang yang dipesan melalui mitra umkm, apabila terdapat *defect* pada produk bisa segera diganti oleh mitra,
5. Packing *souvenir* dengan pita atau jinjingan sesuai permintaan *customer*,
6. Memastikan kembali apakah jumlah barang sesuai dengan orderan, setelah itu packing akhir untuk dikirim ke alamat *customer* melalui jasa pengiriman barang (J&T Express, JNE, Paxe!, Si Cepat, Shopee Express Indah Cargo atau Go Send).

C. POKOK MASALAH

Di era serba modern dan digital saat ini apalagi sejak Covid-19 pada tahun 2020, penggunaan sosial media dan *e-commerce* meningkat karena lebih mudah dalam mengakses segala hal, memesan barang pun bisa dilakukan secara *online*. Maka, banyak UMKM yang lebih mempromosikan produknya melalui media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, TikTok, Facebook. Para pelaku UMKM juga menggunakan *e-commerce* untuk memudahkan dalam hal pemesanan barang dan pembayaran barang seperti, Shopee, Tokopedia, Lazada, TikTokShop, Blibli dan lain-lain. Termasuk juga UMKM JeffandGeva sendiri yang juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk *souvenirnya* dan *E-Commerce* untuk memudahkan dalam proses pemesanan, pembayaran dan pengiriman barang.

Akan tetapi, terdapat kendala atau masalah yang penulis hadapi pada saat magang di UMKM JeffandGeva, yaitu berkurangnya jumlah *viewers* pada beberapa video konten yang penulis *upload* di media sosial Instagram, bagaimana cara untuk menambah penjualan produk, serta bagaimana cara supaya produk *souvenir* JeffandGeva ini bisa dikenal luas oleh masyarakat/konsumen di seluruh Indonesia.

UMKM JeffandGeva paling sering menggunakan aplikasi Shopee dan Instagram untuk pemesanan, pembayaran barang dan tempat untuk melakukan promosi produk. Memang sebelumnya pernah menggunakan aplikasi TikTok, namun video di TikTok memiliki *viewers* yang sangat sedikit dan susah untuk trending atau biasanya disebut video *fyp* (*for your page*). Pada aplikasi TikTok sebenarnya sudah diberi *hashtag* yang sedang viral tapi tetap saja untuk mencari *followers* dan *viewers* sangat susah. Di Instagram sendiri tidak menentu, akun JeffandGeva sendiri memiliki jumlah pengikut lebih dari 18,9 ribu *followers*.



Gambar 3. Jumlah Pengikut Instagram JeffandGeva

Dengan jumlah pengikut yang banyak inilah alasan kenapa aplikasi Instagram lebih sering digunakan sebagai sarana promosi. Jumlah *viewers* JeffandGeva pernah menyentuh angka 15.000-an, pernah juga hanya mendapat 90-an *viewers*. Dalam hal ini promosi yang dilakukan JeffandGeva belum bisa stabil dalam mendapatkan *viewers* ataupun *likes* yang banyak.

Namun, fitur *reels* yang ada pada Instagram sangat membingungkan, karena algoritma Instagram ini berbeda dengan TikTok. Reels Instagram sangat random (acak), kadang video bisa viral, kadang tidak. Sebenarnya promosi melalui Instagram saja sudah sangat menguntungkan, tapi *owner*, rekan kerja, dan penulis berpikir bahwa Instagram sendiri kurang mendukung dalam proses promosi produk agar bisa dikenal masyarakat luas. *Owner* berpikir tentang aplikasi TikTok yang kini mempunyai fitur *live* dan sedang banyak digunakan oleh para pelaku UMKM akhir-akhir ini. TikTok juga menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia. Didukung dengan fitur-fitur terbaru dari aplikasi tersebut, inilah kenapa pemilik UMKM JeffandGeva tertarik untuk mencoba aplikasi TikTok. Akan tetapi, UMKM JeffandGeva kekurangan karyawan untuk bagian konten *kreator*. Belum ada yang mau untuk mencoba *live* TikTok karena terbatasnya *skill* komunikasi yang dimiliki.

Dibawah ini adalah contoh gambar dari *viewers* terbanyak yaitu 15.000-an dan *viewers* terendah 91 :



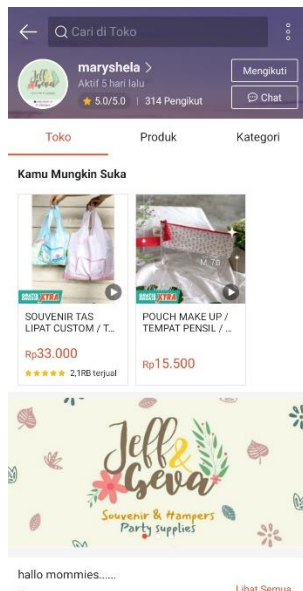
Gambar 4. Jumlah Viewers Terbanyak dan Terendah

Viewers JeffandGeva pernah stabil, pada angka 10.000-an:



Gambar 5. Kestabilan Jumlah Viewers JeffandGeva

Selain masalah pada promosi produk, ada juga permasalahan pada penggunaan *E-Commerce* yang dimiliki JeffandGeva. Aplikasi *E-Commerce* yang sering digunakan JeffandGeva adalah aplikasi Shopee. Selain alasan karena Shopee adalah aplikasi jual beli online yang paling banyak digunakan, Shopee sendiri memiliki juga fitur yang beragam. Di bawah ini adalah akun Shopee dari JeffandGeva:



Gambar 6. Tampilan Shopee UMKM Jeffandgeva

Penggunaan Shopee biasanya hanya untuk pembayaran produk *souvenir* melalui ShopeePay. Belum dapat menambahkan produk lain selain tas lipat dan *pouch*, karena tidak adanya stok barang.

Sebenarnya JeffandGeva sudah memiliki akun *e-commerce* selain Shopee yaitu Tokopedia dan TikTokshop. Sayangnya karena UMKM belum bisa menyediakan produk jadi dan belum bisa memahami cara penggunaan aplikasi Tokopedia dan TikTokShop, maka akun *e-commerce* tersebut tidak jadi digunakan.

Sistem pemesanan barang yang disediakan di UMKM JeffandGeva adalah *pre-order*, yang mana *souvenir* tentu harus dipesan jauh-jauh hari, karena itu juga karyawan tidak ada waktu untuk membuat barang produk jadi. Biasanya kalau sedang tidak ada pesanan *souvenir*, para karyawan bisa memproduksi barang jadi untuk dijadikan stok atau dijual secara *online* di Shopee dan Instagram.

Kesimpulan dari pokok masalah yang penulis alami selama proses pelaksanaan magang KCU Inovatif di UMKM JeffandGeva adalah menurunnya jumlah penonton pada konten yang diunggah dan ketidakstabilan penjualan, dikarenakan kurangnya pengoptimalisasian sosial media dan *e-commerce* sebagai sarana promosi dan penjualan produk.

D. SOLUSI

Pada era digital ini semua orang lebih sering mengakses sesuatu melalui internet. Bisnis dan UMKM juga mulai menggunakan internet untuk lebih mendukung dalam kegiatan promosi, pemesanan dan pembayaran produk. Apalagi kini terdapat banyak sekali media sosial yang mudah diakses oleh berbagai kalangan. Dengan hal ini Perusahaan ataupun UMKM harus mampu memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk bisnisnya.

Pada penguraian topik masalah yang terjadi pada UMKM JeffandGeva tentang bagaimana cara mendapatkan banyak *viewers* dan penggunaan *e-commerce* selain Shopee, terdapat solusi yang ditawarkan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Menambah karyawan untuk bagian konten kreator, yang memiliki *skill communication* yang baik dan jelas untuk mempromosikan produk melalui aplikasi sosial media selain Instagram, yaitu TikTok dengan fitur *live*-nya. Cara kerja TikTok Live adalah mempromosikan barang dengan menunjukan produk yang dijual, menjelaskan apa saja keunggulan dari produk, cara pemesanan, dan kode produk. Cara komunikasi yang harus jelas dan tidak monoton supaya penonton tidak bosan dan tertarik untuk membeli.

UMKM JeffandGeva memberikan pelatihan bagaimana cara melakukan komunikasi pada siaran *Live* di aplikasi TikTok, apa saja yang menjadi produk unggulan JeffandGeva, menjelaskan produk dengan menambahkan kata-kata yang dapat menarik perhatian konsumen. Selain menambah karyawan dalam bidang konten kreator, JeffandGeva memerlukan karyawan bagian *packing* dan menjahit, karena diperlukannya karyawan untuk memproduksi barang jadi yang bisa dijadikan barang stok untuk penjualan online. Karyawan bagian *quality control* juga sangat diperlukan untuk menyortir barang jika ada cacat. JeffandGeva juga memerlukan karyawan di bidang desain untuk membantu dalam mendesain produk *souvenir*, seiring dengan meningkatnya penjualan produk.

Jika semua SDM terpenuhi maka efektivitas dalam UMKM JeffandGeva akan berjalan dengan lancar sesuai dengan harapan *owner*. Bisnis akan bisa berkembang besar dan dikenal luas oleh masyarakat.

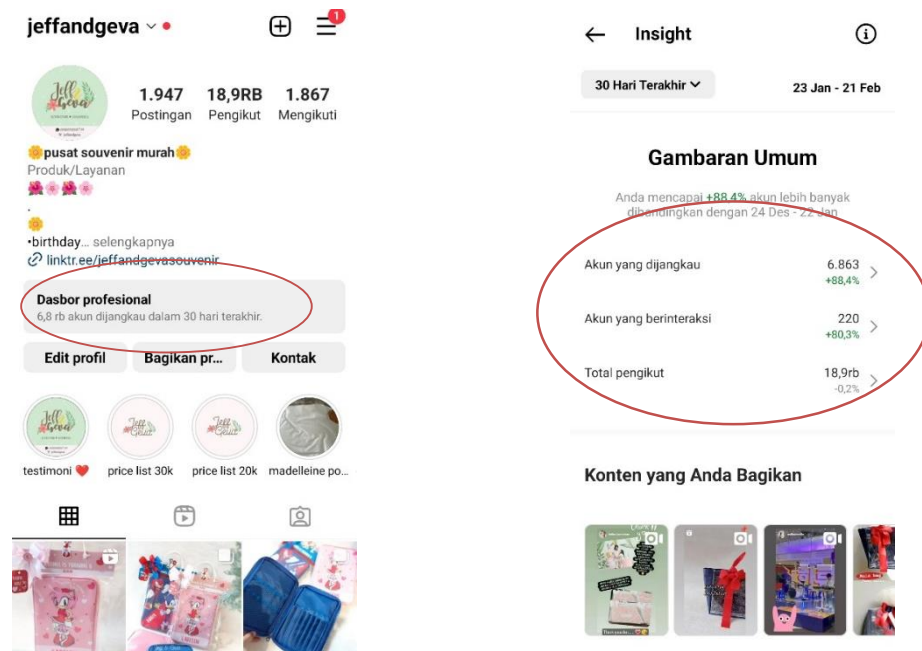
2. Pengoptimalan Sosial Media Instagram.

Instagram sendiri menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan di Indonesia. Berdasarkan Napoleon Cat, sampai dengan Desember 2022 jumlah pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 97,17 juta. Pengguna Instagram di dominasi oleh perempuan dengan proporsi sebesar 51,4%, sementara 48,6% pengguna Instagram di Instagram berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan usianya, 38% pengguna Instagram dikelompokkan berdasarkan usia 18-24 tahun, 29,8% dari kelompok usia 25-34 tahun, 12,5% dari usia 13-17 tahun, 12,2% berusia 35-44 tahun, 4,7% dari kalangan usia 45-54 tahun dan sisanya berada pada kalangan usia 55 tahun ke atas (Dataindonesia.id). Dari data-data yang didapatkan di atas yang menjadi alasan kenapa Instagram adalah *platform* yang termasuk sering digunakan untuk mempromosikan produk bisnis UMKM.

Cara agar *reels* Instagram memiliki banyak penonton:

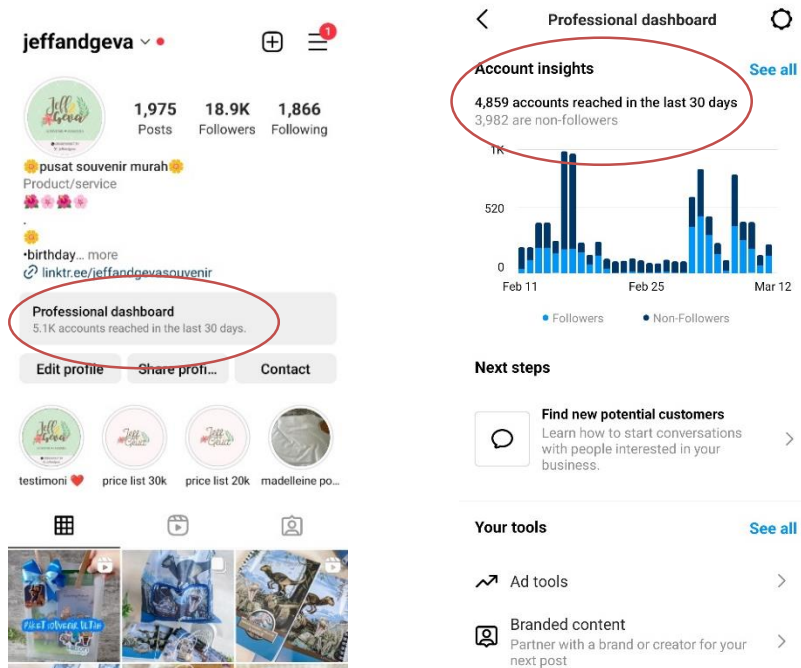
- a. Menggunakan hashtag/tagar, supaya postingan *reels* Instagram lebih mudah ditemukan oleh pengguna Instagram yang sedang mencari video yang relevan.
 - b. Menggunakan musik yang sedang viral
 - c. Menggunakan *thumbnail*, gambar pembuka yang dipasang pada video *reels* agar penonton tertarik untuk membuka video yang *diposting*
 - d. Menambahkan efek transisi dan editing pada video
 - e. Menambahkan teks pada video, dengan menulis *caption* yang dapat menarik rasa penasaran penonton
 - f. Membagikannya ke sosial media yang lain
 - g. Memanfaatkan fitur bawaan dari *reels* Instagram saat mengedit video.
- (kacateknologi.com, 2022)

Pada aplikasi Instagram terdapat fitur *insight*, fitur ini sebagai penyedia angka analitik akun dengan berbagai informasi detail, seperti berapa banyak akun yang mengunjungi profil akun Instagram, demografi pengikut, mampu memperlihatkan berbagai data dari jumlah komentar, *followers*, *likes*, *saved*, *engagement* hingga *reach* yang datang dari unggahan akunmu. *Insight* bisa dijadikan sebagai evaluasi untuk pemilik akun, dengan mengetahui efektivitas konten yang selama ini diunggah (eraspace, 2023). Di bawah ini adalah *insight* akun Instagram JeffandGeva sesudah mengunggah foto dan video:



Gambar 7. Insight Instagram JeffandGeva Sesudah Mengunggah Konten

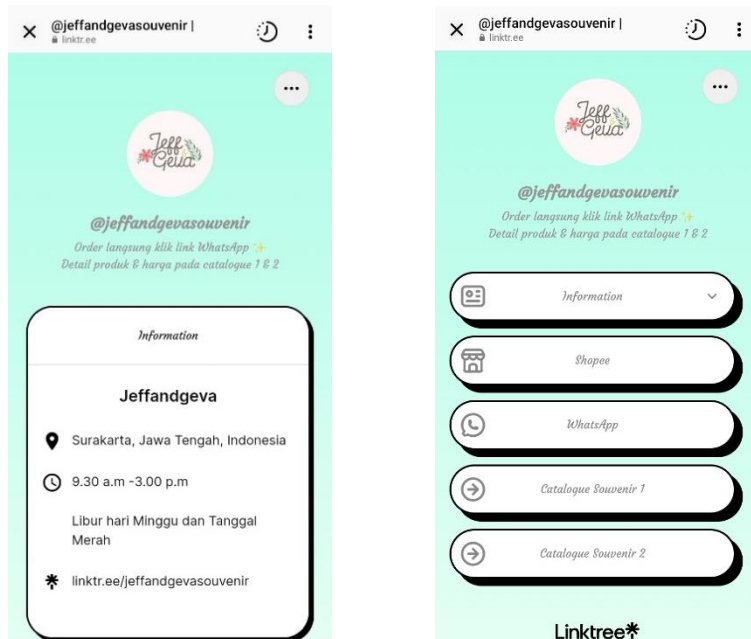
Kemudian selama beberapa minggu tidak mengunggah konten foto dan video di aplikasi Instagram. Jumlah akun yang mengunjungi laman Instagram JeffandGeva mengalami penurunan, begitu juga jumlah *viewers* dan *likes*. Di bawah ini adalah *insight* akun Instagram setelah tidak mengunggah foto selama beberapa minggu



Gambar 8. Insight Instagram JeffandGeva Sebelum Mengunggah Konten

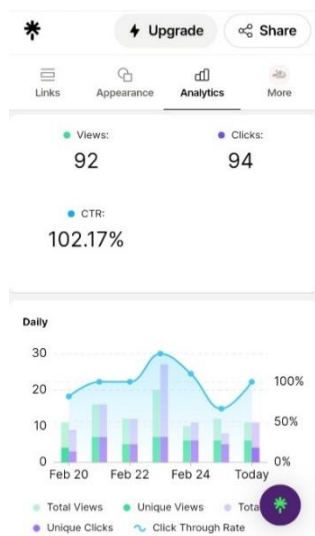
Biasanya penulis akan mengunggah foto-foto dan video lagi dengan menarik, sehingga bisa membuat jumlah akun yang mengunjungi profil Instagram, *viewers* dan *likes* mengalami kenaikan. Selain menggunakan *reels* Instagram, *feed* Instagram perlu dibuat semenarik mungkin dengan *caption* yang bisa membuat orang-orang tertarik. *Feed* yang rapi dapat mempengaruhi jumlah pembeli dengan beberapa foto dan satu video *reels*.

Selain itu memanfaatkan bio Instagram, dengan menambah deskripsi tentang produk dan memberikan link untuk cara pemesanan produk, tentang katalog produk, informasi tentang UMKM. Membuat link yang disematkan pada bio Instagram, yaitu linktree yang umumnya digunakan oleh pebisnis UMKM untuk memudahkan *customer* mengakses detail produk dan harga produk, memudahkan dalam pemesanan barang melalui chat WhatsApp atau *e-commerce*. Berikut ini adalah linktree UMKM JeffandGeva yang dibuat oleh penulis:



Gambar 9. Tampilan Linktree JeffandGeva

Dalam linktree juga terdapat data analitik, biasanya untuk melihat peningkatan grafik linktree dengan cara menghitung jumlah click pada linktree. Selain itu kegunaan linktree membuat pembeli bisa melihat *catalogue* dari produk JeffandGeva dan Informasi singkat tentang JeffandGeva. Berikut ini adalah grafik dari linktree JeffandGeva:



Gambar 10. Tampilan Grafik Linktree JeffandGeva

3. Penggunaan Media Sosial selain Instagram

Ada banyak aplikasi media sosial selain Instagram, akan tetapi akhir-akhir ini masyarakat Indonesia banyak menggunakan aplikasi TikTok. TikTok adalah aplikasi sosial media yang berasal dari Tiongkok dan dibentuk pada September 2016, untuk membuat video musik yang praktis, dengan durasi pendek, dan menghadirkan berbagai efek yang menarik. Pada Januari 2022 data dari ByteDance Inc menunjukkan jumlah pengguna di Indonesia mencapai 92,07 juta. Dengan demografi usia, sebanyak 76% berusia produktif yaitu antara 18-34 tahun (Ginee).

Ini yang menjadikan aplikasi TikTok sekarang ini digunakan sebagai tempat promosi produk bisnis. UMKM JeffandGeva sendiri sebenarnya sudah memiliki akun TikTok, namun jarang digunakan karena kurangnya *viewers* dan *followers*. Berikut ini adalah trik agar video bisa memiliki banyak *viewers* di aplikasi TikTok:

- a. Menggunakan hashtag secara tepat misalkan #fyp
- b. Durasi video lebih pendek
- c. Tulis teks yang dapat menarik perhatian dan menimbulkan rasa penasaran
- d. Membuat video dengan kualitas yang tinggi
- e. Memposting video pada jam-jam yang tepat, ini karena TikTok memiliki jam aktifnya sendiri. (Tempo.co)

4. Penggunaan berbagai *E-Commerce* selain Shopee

Selain *E-Commerce* Shopee, terdapat juga aplikasi *E-Commerce* seperti Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, Blibli dan lain-lain yang termasuk ke dalam *marketplace* dengan banyak penggunaannya. Dalam hal ini, UMKM JeffandGeva tidak hanya mengandalkan 1 aplikasi penjualan produk saja. Mendaftarkan produk pada *marketplace* lain juga akan memudahkan konsumen untuk menemukan produk milik JeffandGeva. Owner JeffandGeva sendiri telah merencanakan untuk membuat produk *pouch* dan dompet mini yang bisa dijual melalui *marketplace* tersebut. Penulis juga memberikan ide untuk membuat *totebag custom* sebagai produk yang dapat dijual terpisah dari produk *souvenir-souvenir* lainnya

E. KESIMPULAN

Setelah pelaksanaan magang KCU Inovatif di UMKM JeffandGeva dan uraian kendala-kendala yang dihadapi selama magang di atas, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan. Berikut adalah beberapa kesimpulan yang diperoleh penulis setelah melaksanakan KCU:

1. Penggunaan media sosial yang baik dan tepat. Instagram dan TikTok memberikan banyak fitur yang bermanfaat bagi para pelaku UMKM. Maka dari itu, dengan mengetahui cara-cara untuk mempromosikan produk melalui 2 aplikasi tersebut dapat membuat JeffandGeva dikenal oleh masyarakat luas. Penjualan produk pun dapat mengalami peningkatan.
2. Penggunaan *E-Commerce* sebagai media pemasaran *online*. Memanfaatkan semua *marketplace* yang ada untuk memasarkan produk, dapat memudahkan konsumen untuk memesan produk melalui aplikasi *E-Commerce* seperti Shopee, Lazada, TikTok Shop, Bilibili, dan lain-lain.
3. Penambahan karyawan sebagai bentuk efektivitas usaha. Sangat berpengaruh dalam UMKM, karena dengan banyaknya karyawan maka akan mempercepat proses pembuatan barang, proses *packing*, dan pengiriman barang. Pada karyawan bagian desain akan membantu *owner* dalam mendesain pesanan *souvenir*. Kemudian, karyawan bagian konten kreator akan sering melakukan promosi melalui media sosial dan mengunggah barang untuk dijual secara online melalui *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Mustajab, Ridhwan. (2003). *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. Jakarta Pusat 10220. Diakses pada 2 Maret 2023, dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022>
- Kaca Teknologi. (2022). *7 Cara Cepat Agar Reels Instagram Banyak Yang Nonton*. Diakses pada 2 Maret 2023, dari <https://www.kacateknologi.com/7-cara-cepat-agar-reels-instagram-banyak-yang-nonton/>
- Eraspace. (2023). *Ketahui Fungsi Insight Instagram Untuk Tingkatkan Branding*. Diakses pada 20 Maret 2023, dari <https://eraspace.com/artikel/post/kenali-fungsi-insight-instagram-untuk-tingkatkan-branding>
- Agustin, Putri Amelia & Nuryana, Kadek Dwi. (2022). *Analisa perbandingan pengguna aplikasi tiktok dengan snack video menggunakan metode UTAUT dan EUCS*. Universitas Negeri Surabaya. Diakses pada 26 Maret 2023, pada <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/download/48646/40554/>
- Arjanto, Dwi. (2022). *FYP dan Tips Agar Konten TikTok Anda Dilihat Banyak Orang*. Jakarta Selatan. Diakses pada 3 Maret 2023, dari <https://tekno.tempo.co/read/1564129/fyp-dan-tips-agar-konten-tiktok-anda-dilihat-banyak-orang>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Penilaian KKU



STIE Surakarta
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
Jl. Slamet Riyadi Malmahaj 435 - 437
Telp. (0271) 717785 Fax. (0271) 724810
Kartasura, Sukoharjo, Surakarta
Website: www.stiesurakarta.ac.id
Email: info@stiesurakarta.ac.id, sties1@stiesurakarta.ac.id

NILAI KULIAH KERJA USAHA (KKU)

Nama Mahasiswa : Tarisa Seti Handayani
NIM : 20110995
Dosen Pembimbing : Ir. Rina Kamikah, S.E., M.B.A
Nama Perusahaan : PT. And Gava
Judul : Pemanfaatan media sosial sebagai upaya peningkatan penjualan pada UMKM JUVENIE JEFFRANOGRA di Salomadu Karanganyar.

NO.	KETERANGAN	NILAI PERUSAHAAN
A	KEDISIPLINAN	A
1	Ketepatan Waktu / Disiplin	A
2	Sikap Kerja / Prosedur Kerja	A
3	Tanggungjawab Terhadap Tugas	A
4	Kehadiran / Absensi	A
5	Mematuhi Peraturan	A
B	PRESTASI KERJA	
1	Kemampuan Kerja	B
2	Keterampilan Kerja	A
3	Kualitas Hasil Kerja	A
4	Kemampuan Beradaptasi	A
5	Kerjasamanya	A
6	Kerajinan / Inisiatif	A
C	KREATIVITAS	
1	Mampu berpendapat	A
2	Mampu menganalisis masalah	A
3	Mampu memecahkan masalah	A
D	PERFORMANCE	
1	Penampilan	A
2	Etika Berpakaian	A
Nilai Rata-Rata Perusahaan		
Nilai Dosen Pembimbing KKU		
Total Nilai (Perusahaan dan Pembimbing KKU)		

Apakah Bapak/Ibu Pimpinan bersedia merekrut mahasiswa KKU tersebut diatas untuk menjadi karyawan di perusahaan/instansi yang Bapak/Ibu pimpin?

☒ **YA**
☐ **TIDAK**

PIMPINAN / DIREKTUR
INSTANSI / BADAN USAHA
[Signature]
NIK:

DOSEN PEMBIMBING
[Signature]
NIDN: 0610119201....



KEPUSTAHAIAN
KELUARAN PROGRAM STUDI SI MANAJEMEN
NIDN: 0610119201....

Catatan: Pedoman Penilaian

Nilai dalam Huruf	Poin	Range Score
A	4.0	85.00-100.00
A-	3.75	80.00-84.99
B+	3.50	75.00-79.99
B	3.00	70.00-74.99
B-	2.75	65.00-69.99
C+	2.50	60.00-64.99
C	2.00	55.00-59.99
D	1.00	40.00-54.99
E	0	00.00-39.99

Pimpinan / Direktur Instansi / Badan Usaha dan Dosen dimohon memberikan nilai sesuai dengan penilaian di atas, terima kasih

Lampiran 2. Daftar Hadir Mahasiswa Selama KKK



DAFTAR HADIR MAHASISWA STIE SURAKARTA
KEGIATAN KULIAH KERJA USAHA (KKU)
 Periode 2023

Nama Mahasiswa : Tarisa Seti Handayani Nama Instansi : Jessandgera
 NIM : 20110003 Alamat Instansi : Pesantren Pemata Bujur, Tegal, Cilacap, Ks, Jawa Tengah
 Pembimbing : Ir. Rana Amikath, S.E., M.B.A Nama Pimpinan : Maryhela King
 No. Telp Pembimbing : 0858 7876 0598 No. Telp Pimpinan : 0818 0508 8739

FEBRUARI 2023																											
RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	

MARET 2023																														
RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	-	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	<i>JK</i>	

APRIL 2023																													
SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU	MINGGU
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
<i>JK</i>	-					<i>JK</i>		-							-						<i>JK</i>	-							-

Surakarta, 21 Maret 2023
 Pimpinan/Ketua/Kepala Instansi
Opah, Shela

Lampiran 3. Logbook Kegiatan Mahasiswa

**LOGBOOK KEGIATAN KKU INOVATIF PADA UMKM
JEFFANDGEVA DI COLOMADU, KARANGANYAR
BULAN FEBRUARI-MARET 2023**

Nama Mahasiswa : Tarisa Seti Handayani

NIM : 20110093

Dosen Pembimbing : Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A

NO	HARI	TANGGAL	KEGIATAN
1	Rabu	01-Feb-23	Membuat konten produk souvenir
2	Kamis	02-Feb-23	Mencatat harga-harga produk souvenir Membuat katalog 2023 dengan harga baru produk
3	Jumat	03-Feb-23	Membuat konten produk souvenir
4	Sabtu	04-Feb-23	Membuat konten produk souvenir
5	Minggu	05-Feb-23	Libur
6	Senin	06-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
7	Selasa	07-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
8	Rabu	08-Feb-23	Memotong kain untuk produk tas
9	Kamis	09-Feb-23	Memotong kain untuk produk tas
10	Jumat	10-Feb-23	Membuat konten produk souvenir
11	Sabtu	11-Feb-23	Membuat konten produk souvenir
12	Minggu	12-Feb-23	Libur
13	Senin	13-Feb-23	Membeli alat dan bahan untuk produksi
14	Selasa	14-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
15	Rabu	15-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
16	Kamis	16-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan

17	Jumat	17-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
18	Sabtu	18-Feb-23	Libur
19	Minggu	19-Feb-23	Libur
20	Senin	20-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
21	Selasa	21-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
22	Rabu	22-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
23	Kamis	23-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
24	Jumat	24-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
25	Sabtu	25-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
26	Minggu	26-Feb-23	Libur
27	Senin	27-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
28	Selasa	28-Feb-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan

NO	HARI	TANGGAL	KEGIATAN
1	Rabu	01-Mar-23	Izin Sakit
2	Kamis	02-Mar-23	Izin Sakit
3	Jumat	03-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
4	Sabtu	04-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
5	Minggu	05-Mar-23	Libur
6	Senin	06-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
7	Selasa	07-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
8	Rabu	08-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
9	Kamis	09-Mar-23	Memotong kain untuk produk tas
10	Jumat	10-Mar-23	Memotong kain untuk produk tas

11	Sabtu	11-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
12	Minggu	12-Mar-23	Libur
13	Senin	13-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
14	Selasa	14-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
15	Rabu	15-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
16	Kamis	16-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
17	Jumat	17-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
18	Sabtu	18-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
19	Minggu	19-Mar-23	Libur
20	Senin	20-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
21	Selasa	21-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
22	Rabu	22-Mar-23	Libur
23	Kamis	23-Mar-23	Libur
24	Jumat	24-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
25	Sabtu	25-Mar-23	Memotong kain untuk produk tas
26	Minggu	26-Mar-23	Libur
27	Senin	27-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
28	Selasa	28-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
29	Rabu	29-Mar-23	Membuat barang pesanan Packing barang pesanan
30	Kamis	30-Mar-23	Membuat konten produk souvenir
31	Jumat	31-Mar-23	Membuat konten produk souvenir

Lampiran 4. Dokumentasi Magang KKU

