

PEMANFAATAN APLIKASI *CAPCUT* UNTUK MEMBUAT VIDEO DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PROMOSI INOVATIF PRODUK UMKM

Lenny Margaretta Huizen¹, Bernadus Very Christioko², Titis Handayani³

¹Prodi Teknik Informatika, Universitas Semarang, Email: lenny@usm.ac.id

²Prodi Teknik Informatika, Universitas Semarang, Email: very@usm.ac.id

³Prodi Sistem Informasi, Universitas Semarang, Email: titis@usm.ac.id

Abstrak

Digital marketing sekarang ini merupakan satu dari beberapa cara yang dapat digunakan sebagai ajang promosi sebuah produk atau jasa. Salah satu dari digital marketing adalah sebuah Video yang dapat digunakan sebagai ajang promosi sebuah barang atau jasa. Melakukan pemasaran suatu barang atau jasa dengan melakukan pembuatan video marketing bisa digunakan sebagai cara untuk memasarkan sebuah brand pada era yang sekarang, yaitu digitalisasi. Di Semarang, tepatnya di daerah Semarang Selatan ada sebuah komunitas atau perkumpulan dari beberapa UMKM, yaitu “Gerai Kopi Mi” , dimana didalam Gerai Kopimi merupakan sebuah forum UMKM. Kendala yang dihadapi adalah pemasaran produk-produk dari UMKM masih sebatas foto dengan tampilan atau *caption* sederhana. Sehingga masih dirasa belum optimal dalam pembuatan promosi sebuah barang. Pemanfaatan salah satu aplikasi pembuatan video yang ada pada *Play Store* diharapkan dapat memantu para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan dalam pembuatan konten-konten pada media sosial sebagai sehingga dapat menarik perhatian serta membangun sebuah kepercayaan. Tujuan Pkm inilah mengenalkan salah satu aplikasi dari pembuatan video yaitu *Capcut* sebagai ajang sarana promosi inovatif untuk produk pada UMKM. Metode pelatihan dilakukan dengan menggunakan metode ceramah serta praktek secara langsung. Peningkatan kemampuan peserta PkM ditunjukkan dengan meningkatnya hasil kuisioner yang dibagikan setelah dilakukan pelatihan. Bahwa 93,8% (15 orang) sepakat bahwa akan melakukan promosi produk dan jasa mereka menggunakan video.

Kata Kunci: capcut, digital marketing, UMKM, video promosi

PENDAHULUAN

Gerai Kopi Mi bukanlah sebuah *outlet* Kuliner, akan tetapi merupakan sebuah gerakan uang dibentuk oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang, tepatnya diluncurkan pada tanggal 24 Agustus 2019. Gerai Kopi Mi merupakan singkatan dari “Gerakan Terintegrasi Koperasi dan Usaha Mikro”. Tujuan didirikannya gerai Kopi Mi adalah sebagai tempat pertemuan koperasi serta usaha mikro dengan tujuan dapat

mengembangkan sebuah usaha sehingga koperasi akan menjadi sehat serta usaha mikro dapat naik kelas.

Awal mula dari gerakan ini ini adalah dilakukannya adalah Safari Gerai Kopi Mi di 200 lokasi pada tahun 2019. Safari itu dilakukan mulai dari tingkat kelurahan, kecamatan hingga tempat-tempat strategis yang ada di Kota Semarang. Melalui Safari itu pula dibentuklah Gerai Kopi Mi beserta dengan pengurusnya di semua wilayah Kota Semarang yang meliputi 177 Kelurahan, 16 Kecamatan. Sampai sekarang jumlah UMKM yang tergabung dalam Gerai Kopi Mi keseluruhan di kota Semarang adalah 25203 (PPID, 2019).

Salah satu lokasi yang menjadi naungan Kopi Mi adalah Kantor Kecamatan Semarang Selatan yang terletak di Jalan Taman Sompok, Lamper Lor, Semarang Selatan, Kota Semarang. UMKM tersebut tidak hanya bergerak pada makanan saja akan tetapi beraneka ragam, mulai dari mulai dari Pakain, Kerajinan Tangan, Kosmetik, Jasa, Sembako, Minuman, *Laundry*, serta masih banyak lagi. Perkembangan pemasaran di Indonesia dan dunia menjadi sangat dinamis, hal ini ditandai dengan persaingan global serta pemasaran produk menggunakan *online* serta *mobile*. Sekarang ini *content marketing*, *e-commercer*, dan *mobile marketing* mempunyai peran yang sangat besar dalam mengambil serta mengolah *brand image* pemasaran produk dan jasa, sehingga secara tidak langsung akan merubah perilaku belanja konsumen (Haji, 2016) dan kondisi ini turut mengubah perilaku belanja konsumen di seluruh dunia. Salah satu cara untuk mengenalkan sebuah produk atau jasa adalah dengan memanfaatkan Digital Marketing. Digital marketing merupakan salah satu cara yang dimana memanfaatkan cakupan pada sebuah media yang lebih luas seperti TV, radio, perangkat Mobile, dan internet (Nusaibah, Suryana, & Novianti, 2022). Sehingga sangat beragam alat peraga yang digunakan untuk promosi. Salah satunya adalah penggunaan video, video dipilih karena media ini mampu memberikan penjelasan langsung tanpa harus menjelaskan (Maidasari, Narundana, & Lolyana, 2021). Promosi merupakan salah satu upaya untuk menawarkan jasa atau produk yang mempunyai tujuan dalam hal minat konsumen dalam membeli (Setyowati, 2016). Promosi video marketing serta brand *awareness* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan seorang pembeli (Maidasari, Narundana, & Lolyana, 2021)

Sekarang ini media promosi harus inovatif, dikarenakan banyak sekali persaingan promosi. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan sebuah aplikasi yang ada di *Play Store*, *CapCut*. Aplikasi *CapCut* ini merupakan salah satu aplikasi yang digunakan untuk membuat video dengan template-template yang menarik serta suara-suara yang dapat digunakan untuk mendukung pembuatan Video.

METODE

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, Tim Pengusul melakukan pendekatan dengan metode wawancara dengan Bapak Dzakhir selaku Ketua kelompok UMKM Semarang selatan didampingi oleh Ibu Endah Bakti Sri Mulyani SE, MM selaku Kepala Seksi Pelayanan Publik Kecamatan Semarang Selatan. Pada awal pelaksanaan, Tim Pengusul kegiatan menyampaikan maksud dan tujuan dari untuk dapat melakukan kegiatan PkM di UMKM Semarang Selatan. Dari wawancara tersebut beliau mengungkapkan kebutuhan apa yang saat ini dibutuhkan oleh pelaku UMKM. Tim pengusul kegiatan menawarkan pelatihan bagaimana cara untuk membuat sebuah konten video yang menarik minat pembeli. Yang tentu saja disambut baik oleh Bapak Zakir. Sehingga pada hari Senin tanggal 13 Maret 2023 dilakukanlah penandatanganan surat pernyataan kerjasama dengan mitra PkM, hal ini dapat dilihat pada Gambar2.



Gambar 2. Wawancara dan Penandatanganan kerjasama kerjasama dengan mitra PkM

Dari hasil wawancara yang dilakukan permasalahan yang dihadapi mitra adalah bagaimana cara membuat sebuah konten video promosi yang menarik minat konsumen dan cara melakukan promosi video lewat akun media sosial yang ada.

Metode seminar atau ceramah dilakukan pada saat kegiatan PkM yaitu tanggal 7 Juni 2023 di Aula Kantor Kecamatan Semarang Selatan.berlangsung selama \pm 3 jam dimulai dari pukul 11.00 - 13.00. Kegiatan ini berupa pelatihan dan praktik langsung. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pelatihan adalah 20 Orang yang terdiri dari gabungan beberapa UMKM dibawah dibawah naungan Kopi Mi Semarang Selatan. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi atas 30 menit pertama dilakukan pre test, kemudian dilanjutkan pemaparan materi pelatihan menggunakan Capcut selama 40 menit oleh Bernadus Very Christioko, S.Kom., M.Kom, kemudian 80 menit berikutnya yaitu pengenalan dan pelatihan menggunakan Capcut serta praktik langsung oleh Lenny Margareta Huizen,S.Kom., M.Kom dan 30 menit terakhir melakukan review lagi mengenai aplikasi Capcut serta soal evaluasi Post Test oleh Titis Handayani, S.Kom.,M.Cs.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk melihat hasil perbandingan dari sebelum dan sesudah kegiatan yang dilakukan pada Pengabdian kepada Masyarakat mengenai pemanfaatan aplikasi Capcut maka dilakukan Pre Test dan Post Test sebelum dan sesudah kegiatan ini berlangsung. Pada Tabel 5.1 merupakan daftar pertanyaan yang ada pada Pre Test dan Post Test.

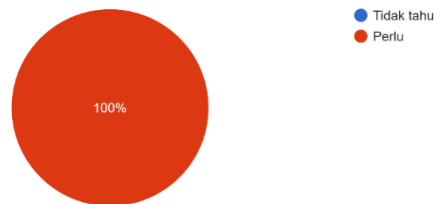
Tabel 1. Daftar Pertanyaan *Pre Test* dan *Post Test*

No	Daftar Pertanyaan
1	Menurut Anda, apakah dalam memperkenalkan Produk/Jasa UMKM perlu memanfaatkan media digital?
2	Apakah Anda pernah membuat video?
3	Apakah Anda tahu jika Video dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan Produk/Jasa UMKM Anda?
4	Apakah Anda tahu, terdapat aplikasi Android yang dapat digunakan untuk membuat video Promosi Produk/Jasa?
5	Apakah Anda mengetahui/mendengar tentang Aplikasi CapCut?
6	Apakah Anda mengetahui fungsi dari Aplikasi CapCut?
7	Apakah Anda mengetahui bahwa Aplikasi CapCut dapat digunakan untuk promosi Produk/Jasa Anda?
8	Menurut Anda, membuat video menggunakan aplikasi Capcut mudah dipelajari?

No	Daftar Pertanyaan
9	Setelah mempelajari Aplikasi Capcut, Apakah Anda berminat melakukan promosi Produk/Jasa UMKM Anda dengan media Video?
10	Selain media video untuk melakukan promosi Produk/Jasa, apakah Anda tertarik dengan memanfaatkan media lainnya?

Dari kuisisioner pre test yang dibagikan melalui google form dengan 16 orang peserta yang hadir dari berbagai jenis UMKM yang ada di Semarang Selatan bahwa mereka tahu perlunya memperkenalkan Produk/Jasa mereka memanfaatkan media Digital, hal ini dapat dilihat dari Gambar 3 Hasil kuisisioner mengenai perlunya media digital dalam memperkenalkan produk

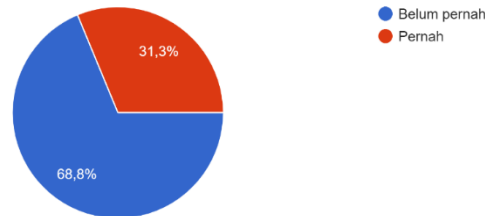
Menurut Anda, apakah dalam memperkenalkan Produk/Jasa UMKM perlu memanfaatkan media digital?
16 jawaban



Gambar 3. Hasil kuisisioner mengenai perlunya media digital dalam memperkenalkan produk

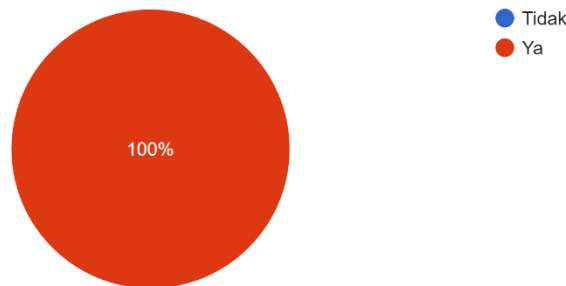
Dalam memperkenalkan produk dan jasa UMKM, salah satu media digital yang ada bisa digunakan adalah menggunakan video, akan tetapi dari hasil kuisisioner yang dilakukan dari 16 peserta yang hadir 11 orang belum pernah membuat video dan hanya 5 orang saja yang pernah menggunakan video meskipun para pelaku UMKM mengetahui bahwa pembuatan video tersebut dapat digunakan untuk memperkenalkan Produk/Jasa pelaku UMKM, hal ini dapat dilihat pada Gambar 4 Hasil Kuisisioner Pernah/Belum pernah membuat video dan Gambar 5 Fungsi Video untuk memperkenalkan Produk dan Jasa UMKM.

Apakah Anda pernah membuat video?
16 jawaban



Gambar 4. Pengetahuan mengenai Fungsi Video untuk memperkenalkan Produk dan Jasa UMKM

Apakah Anda tahu jika Video dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan Produk/Jasa UMKM Anda?
16 jawaban



Gambar 5 Fungsi Video untuk memperkenalkan Produk dan Jasa UMKM.

Dari 16 peserta yang hadir pada Pelatihan ini, hasil kuisioner menyebutkan bahwa 58,3 % (9 orang) pernah mendengar. Sisanya 12,5% (2 orang) mengaku sudah tahu dan 31,3 % (5 Orang) tidak mengetahui bahwa terdapat aplikasi android yang digunakan untuk membuat Video Promosi Produk dan Jasa, sisanya mengenai pengetahuan informasi aplikasi android yang dapat digunakan untuk membuat video promosi Produk dan jasa. Informasi mengenai Aplikasi *Capcut* juga menjadi pertanyaan pada pelatihan ini bahwa 37,5% menjawab pernah mendengar, 37,5% tidak pernah mendengar dan 25 % pmengetahui.

Pengetahuin mengenai aplikasi *Capcut* sebelum dilakukan pelatihan menginformasikan bahwa 58,3 % (9 orang) tidak mengetahui bahwa aplikasi ini dapat

digunakan untuk promosi Produk dan jasa, karena kuisioner ini dilakukan sebelum Pelatihan, hasil dari informasi mengenai cara penggunaan *Capcut* hanya 18,8% saja yang menjawab mudah dipelajari, sisanya adalah 81,3% dengan jawaban tidak tahu, dan hasil 50% menjawab berminat menggunakan aplikasi ini sebagai ajang promosi.

Setelah melakukan Pre Test, selanjutnya adalah memperkenalkan aplikasi *Capcut* secara umum kepada para pelaku UMKM dengan cara melakukan praktek secara langsung dari mulai mengunduh aplikasi *Capcut* di *Playstore* melalui perangkat HP masing-masing. Langkah selanjutnya adalah membuat video promosi produk UMKM pada masing-masing pelaku UMKM. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 6 mengenai Pelatihan penggunaan aplikasi *Capcut*.

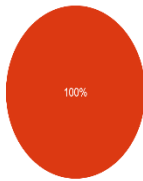
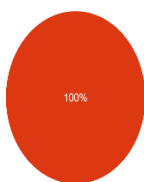
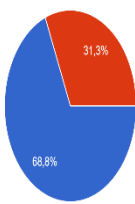
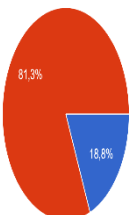
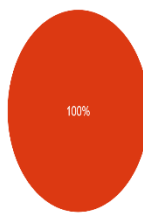
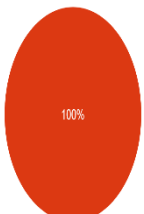


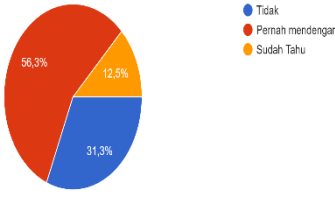
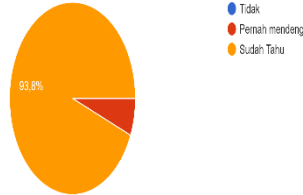
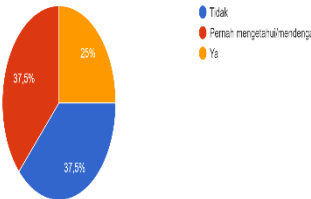
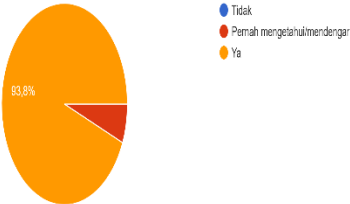
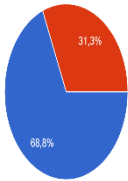
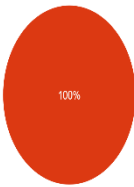
Gambar 6. Pelatihan penggunaan aplikasi *Capcut*.

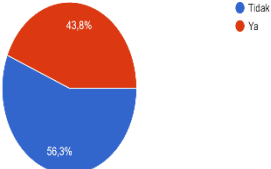
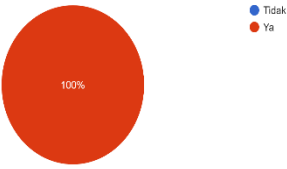
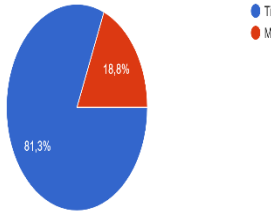
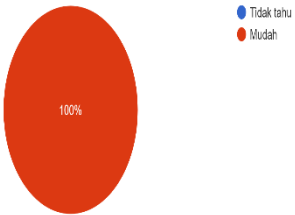
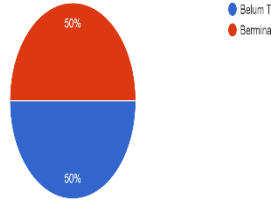
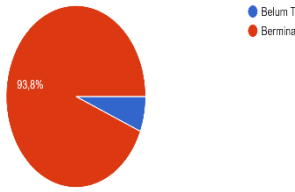
Setelah dilakukan pelatihan melalui praktek secara langsung. Para pelaku UMKM kemudian mengisi kuisioner *Post Test* yang sudah disiapkan, hasil yang didapat adalah dari sebelumnya dilakukan pelatihan hanya 2 orang saja yang mengetahui bahwa terdapat aplikasi android yang dapat digunakan untuk membuat video promosi Produk dan jasa, namun setelah dilakukan pelatihan hasil yang diperoleh adalah 93,8% yang akhirnya

menjawab tahu. Secara keseluruhan hasil *Pre Test* dan *Post Test* dapat dilihat pada Tabel 2 Tabel hasil kuisisioner *Pre Test* dan *Post Test*.

Tabel 2. Hasil kuisisioner *Pre Test* dan *Post Test* .

<i>Pre Test</i>	<i>Post tes</i>
<p>Menurut Anda, apakah dalam memperkenalkan Produk/Jasa UMKM perlu memanfaatkan media digital? 16 jawaban</p>  <p>● Tidak tahu ● Perlu</p>	<p>Menurut Anda, apakah dalam memperkenalkan Produk/Jasa UMKM perlu memanfaatkan media digital? 16 jawaban</p>  <p>● Tidak tahu ● Perlu</p>
<p>Apakah Anda pernah membuat video? 16 jawaban</p>  <p>● Belum pernah ● Pernah</p>	<p>Apakah Anda pernah membuat video? 16 jawaban</p>  <p>● Belum pernah ● Pernah</p>
<p>Apakah Anda tahu jika Video dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan Produk/Jasa UMKM Anda? 16 jawaban</p>  <p>● Tidak ● Ya</p>	<p>Apakah Anda tahu jika Video dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan Produk/Jasa UMKM Anda? 16 jawaban</p>  <p>● Tidak ● Ya</p>

<i>Pre Test</i>	<i>Post tes</i>
<p>Apakah Anda tahu, terdapat aplikasi Android yang dapat digunakan untuk membuat video Promosi Produk/Jasa? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Pernah mendengar ● Sudah Tahu </p>	<p>Apakah Anda tahu, terdapat aplikasi Android yang dapat digunakan untuk membuat video Promosi Produk/Jasa? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Pernah mendengar ● Sudah Tahu </p>
<p>Apakah Anda mengetahui/mendengar tentang Aplikasi CapCut? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Pernah mengetahui/mendengar ● Ya </p>	<p>Apakah Anda mengetahui/mendengar tentang Aplikasi CapCut? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Pernah mengetahui/mendengar ● Ya </p>
<p>Apakah Anda mengetahui fungsi dari Aplikasi CapCut? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Ya </p>	<p>Apakah Anda mengetahui fungsi dari Aplikasi CapCut? 16 jawaban</p>  <p> ● Tidak ● Ya </p>

<i>Pre Test</i>	<i>Post tes</i>												
<p>Apakah Anda mengetahui bahwa Aplikasi CapCut dapat digunakan untuk promosi Produk/Jasa Anda? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Tidak (Blue), Ya (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Tidak</td><td>55.3%</td></tr> <tr><td>Ya</td><td>43.8%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Tidak	55.3%	Ya	43.8%	<p>Apakah Anda mengetahui bahwa Aplikasi CapCut dapat digunakan untuk promosi Produk/Jasa Anda? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Tidak (Blue), Ya (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Ya</td><td>100%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Ya	100%		
Response	Percentage												
Tidak	55.3%												
Ya	43.8%												
Response	Percentage												
Ya	100%												
<p>Menurut Anda, membuat video menggunakan aplikasi Capcut mudah dipelajari? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Tidak tahu (Blue), Mudah (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Tidak tahu</td><td>81.3%</td></tr> <tr><td>Mudah</td><td>18.8%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Tidak tahu	81.3%	Mudah	18.8%	<p>Menurut Anda, membuat video menggunakan aplikasi Capcut mudah dipelajari? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Tidak tahu (Blue), Mudah (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Mudah</td><td>100%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Mudah	100%		
Response	Percentage												
Tidak tahu	81.3%												
Mudah	18.8%												
Response	Percentage												
Mudah	100%												
<p>Setelah mempelajari Aplikasi Capcut, Apakah Anda berminat melakukan promosi Produk/Jasa UMKM Anda dengan media Video? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Belum Tahu (Blue), Berminat (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Belum Tahu</td><td>50%</td></tr> <tr><td>Berminat</td><td>50%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Belum Tahu	50%	Berminat	50%	<p>Setelah mempelajari Aplikasi Capcut, Apakah Anda berminat melakukan promosi Produk/Jasa UMKM Anda dengan media Video? 16 jawaban</p>  <p>Legend: Belum Tahu (Blue), Berminat (Red)</p> <table border="1"> <tr><th>Response</th><th>Percentage</th></tr> <tr><td>Berminat</td><td>93.8%</td></tr> <tr><td>Belum Tahu</td><td>6.2%</td></tr> </table>	Response	Percentage	Berminat	93.8%	Belum Tahu	6.2%
Response	Percentage												
Belum Tahu	50%												
Berminat	50%												
Response	Percentage												
Berminat	93.8%												
Belum Tahu	6.2%												



Dari tabel perbandingan *Pre Test* dan *Post Test* dapat dilihat perbandingan sebelum dan sesudah dilakukannya kegiatan PkM ini. Bahwa setelah dilakukan kegiatan PkM ini para peserta mulai mengetahui bagaimana cara menggunakan Aplikasi *Capcut* yang dapat digunakan sebagai ajang promosi produk dan jasa para pelaku UMKM untuk lebih menarik lagi. Hasil dari pelatihan PkM ini dapat dilihat pada Gambar 7 Hasil pembuatan video dengan aplikasi *Capcut*



Gambar 7. Hasil pembuatan video dengan aplikasi *Capcut*

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan PkM bagi pelaku UMKM di Kecamatan Semarang selatan telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Peserta kegiatan PkM sebanyak 16 peserta yang berasal dari UMKM-UMKM Semarang selatan dibawah naungan Gerai Kopimi Gerai KOPI MI (Gerakan Terintegrasi Koperasi dan Usaha Mikro. Peningkatan kemampuan peserta PkM ditunjukkan dengan meningkatnya hasil kuisioner yang dibagikan setelah dilakukan pelatihan. Bahwa 93,8% (15 orang) sepakat bahwa akan melakukan promosi produk dan jasa mereka menggunakan video.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah sehubungan dengan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan-pelatihan lain yang berguna sebagai ajang promosi produk dan jasa UMKM pada Gerai Kopimi Semarang Selatan, sehingga dapat meningkatkan ketrampilan bagi pelaku UMKM. Kesimpulan menyajikan ringkasan dari uraian hasil dan pembahasan dengan mengacu pada tujuan pengabdian kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada LPPM Universitas Semarang yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian dan pihak Gerai Kopimi Semarang Selatan yang telah memberikan izin serta membantu menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, disampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik

DAFTAR PUSTAKA

- Haji, A. M. (2016). *Revolusi manajemen pemasaran / H. Abdul Manap*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Maidasari, E., Narundana, V. T., & Lolyana, R. (2021). PENGARUH PROMOSI VIDEO MARKETING DAN KESADARAN MEREK DALAM MEMPENGARUI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN YAMAHA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 128-137.

Nusaibah, R., Suryana, M., & Novianti, S. (2022). Perancangan Advertising Video sebagai Media Digital Marketing dengan Target Meningkatkan Brand Awareness NuArt Sculpture Park. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar* (pp. 1304-1310). Bandung: Politeknik Negeri Bandung.

PPID. (2019). *PPID Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang*. Retrieved from <https://ppid.semarangkota.go.id/>

Setyowati, E. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. *Jurnal manajemen Daya Saing*, 102-112.