

ABSTRAK

Sari, Arinda Puspita, 2025. *Pemanfaatan Live streaming di TikTok sebagai Strategi Pemasaran UMKM di Kota Jambi*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing (I) Drs. H. Arpizal., M.Pd. (II) Fadilla Ulfah, S.Pd., M.P.d.E

Kata Kunci : strategi pemasaran, UMKM, TikTok, *live streaming*

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran, termasuk bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Namun, di Kota Jambi, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Fenomena meningkatnya popularitas *live streaming* di TikTok menarik perhatian peneliti untuk menelaah sejauh mana fitur ini dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran oleh pelaku UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam pemanfaatan *live streaming* di TikTok oleh pelaku UMKM, baik dari aspek peluang yang ditawarkan maupun kendala yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang kemudian di olah menggunakan bantuan aplikasi NVIVO.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *live streaming* TikTok memberikan peluang besar bagi UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kedekatan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat citra dan branding produk. Namun, dalam praktiknya, terdapat sejumlah tantangan yang signifikan. Pertama, ketidakstabilan jaringan internet di Kota Jambi seringkali mengganggu kelancaran siaran langsung, sehingga menurunkan kualitas interaksi dengan konsumen. Kedua, masih rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap regulasi dan kebijakan TikTok berpotensi menimbulkan pembatasan akun hingga pemblokiran, yang menghambat keberlanjutan strategi. Ketiga, keberlanjutan (sustainability) strategi *live streaming* menuntut konsistensi dalam frekuensi siaran, variasi konten, serta kualitas interaksi, yang tidak jarang sulit dipertahankan oleh UMKM karena keterbatasan sumber daya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *live streaming* TikTok merupakan strategi pemasaran digital yang potensial bagi UMKM di Kota Jambi, namun efektivitasnya masih dipengaruhi oleh faktor teknis, regulasi, dan konsistensi pelaku usaha. Penelitian ini menegaskan perlunya peningkatan literasi digital, dukungan infrastruktur jaringan internet, serta pelatihan teknis dari pemerintah dan pemangku kepentingan guna membantu UMKM memaksimalkan potensi pemasaran melalui media digital