

MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PEMANFAATAN PROMOSI PENJUALAN PRODUK UMKM

Pupung Purnamasari¹, Aisyah Nur Rahma², Risna Syabrina Oktaviazis³,
Muhammad Rafli Mardiansyah⁴

pupungpurnamasari@pelitabangsa.ac.id¹, aisyahnurrahma86@gmail.com²,
rismasyabrina0@gmail.com³, raflimardiansyah111@gmail.com⁴

Universitas Pelita Bangsa

Abstrak

Perkembangan teknologi membawa dampak yang signifikan bagi para pelaku UMKM. Sehingga, mau tidak mau, pelaku UMKM harus menyesuaikan diri dengan pemasaran yang dulunya secara konvensional dan beralih ke online. Manfaat kegiatan pengabdian ini selain melakukan pendampingan dan sosialisasi pemasaran produk secara digital sebagai bahan dalam meningkatkan penjualan produk, memperluas pangsa pasar dengan cara pemanfaatan branding foto produk secara digital marketing dan juga bertujuan untuk mengamati penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi bagi UMKM. Pada kegiatan ini menjelaskan bahwa perkembangan teknologi memberikan dampak signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Oleh karena itu, pelaku UMKM harus beradaptasi dari pemasaran konvensional ke pemasaran online. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan sosialisasi mengenai pemasaran produk secara digital, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk dan memperluas pangsa pasar. Salah satu fokus utama adalah pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi, di mana peserta diajarkan cara mengunggah konten dan memanfaatkan branding foto produk untuk menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci : Digital Marketing, Instagram, UMKM.

Abstract

Technological developments have a significant impact on UMKM actors. So, inevitably, UMKM actors must adjust to marketing that used to be conventional and switch to online. The benefits of this service activity are in addition to providing assistance and socialization of product marketing digitally as a material in increasing product sales, expanding market share by using product photo branding through digital marketing and also aiming to observe the use of Instagram social media as a means of promotion for UMKM. This activity explains that technological developments have a significant impact on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Therefore, MSME players must adapt from conventional marketing to online marketing. This community service activity aims to provide assistance and outreach regarding digital product marketing, which is expected to increase product sales and expand market share. One of the main focuses is the use of Instagram social media as a promotional tool, where participants are taught how to upload content and use product photo branding to attract consumer attention.

Keywords: Digital Marketing, Instagram, UMKM.

PENDAHULUAN

Program pengabdian kepada masyarakat dengan tema digital marketing merupakan program pelatihan peningkatan kompetensi yang ditujukan kepada pelaku usaha yang ingin atau telah memiliki usaha dalam skala Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan.

Seiring dengan kemajuan zaman, teknologi juga berkembang. Kemajuan ini telah banyak mengubah kehidupan manusia dan memberikan banyak manfaat di berbagai bidang. Di bidang komunikasi, misalnya, pada awalnya hanya masih dapat dilakukan secara langsung, tetapi sekarang dengan kemajuan teknologi, komunikasi dapat dilakukan melalui media komunikasi digital seperti perangkat elektronik, komputer, dan lainnya. Bisnis skala kecil dan besar memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk menjalankan bisnis mereka. Untuk memperluas bisnis, merek dagang dan barang atau jasa dapat dipromosikan dengan sukses melalui media digital.

Pelaku UMKM diharapkan menguasai perkembangan teknologi yang semakin canggih, seperti penggunaan media sosial. Dengan menggunakan media sosial, kesuksesan bisnis mereka akan meningkat. Media sosial dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan penjualan dengan menarik perhatian pelanggan untuk masuk ke pasar yang lebih luas. Dalam situasi ini, pelaku UMKM sangat diharuskan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan produktivitas mereka. Karena persaingan pasar yang meningkat, strategi bisnis yang lebih inovatif diperlukan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha.

Bisnis UMKM dapat memperoleh pelanggan baru jika media sosial digunakan dengan benar. Mereka perlu memanfaatkan berbagai cara untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan produk mereka, salah satunya dengan menggunakan media sosial sebagai peluang saat ini. Namun, data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UMKM) menunjukkan bahwa hanya sekitar 3.79 juta pelaku UMKM yang telah menggunakan platform online untuk memasarkan barang mereka, yang merupakan sekitar 8 persen dari 59.2 juta pelaku UMKM di Indonesia (www.cnnindonesia.com). Karena setiap sosial media memiliki fitur dan layanan yang berbeda, kita perlu membuat rencana untuk memasarkan barang yang kita jual dan memenangkan persaingan di pasar.

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami cara membuat akun media sosial, mengembangkan konten yang menarik, serta menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk mereka. Dengan demikian, program ini tidak hanya akan membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

METODE PENELITIAN

Adapun beberapa metode kegiatan yang kami lakukan, yaitu:

1. Melakukan wawancara dan Pengenalan Internet Sebagai Metode untuk Memperluas Jangkauan Pemasaran.

Kegiatan ini dimulai dengan wawancara untuk menggali informasi mengenai latar belakang dan kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Selanjutnya, pengenalan internet dilakukan untuk memberikan pemahaman dasar tentang pentingnya kehadiran online dalam pemasaran.

Pelaku UMKM diajarkan tentang berbagai platform digital yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk mereka, serta cara mengakses dan memanfaatkan informasi yang tersedia di internet untuk mendukung strategi pemasaran mereka.

2. Pembuatan akun media sosial untuk pelaku UMKM dan Konten Pemasaran di Media Sosial.

Dalam sesi ini, pengabdian memberikan instruksi langkah demi langkah tentang cara membuat akun media sosial, khususnya di Instagram. Peserta diajarkan cara mengisi profil dengan informasi yang menarik dan relevan, serta pentingnya penggunaan foto produk yang berkualitas tinggi. Selain itu, mereka juga diberikan panduan tentang cara membuat konten yang menarik, seperti caption yang persuasif dan penggunaan hashtag yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di platform tersebut.

3. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial.

Pada tahap ini, pelaku UMKM diajarkan tentang berbagai strategi pemasaran yang efektif di media sosial. Ini mencakup teknik untuk menarik perhatian audiens, seperti penggunaan konten visual yang menarik, interaksi dengan pengikut, dan cara mengadakan promosi atau giveaway untuk meningkatkan engagement. Selain itu, mereka juga diberikan wawasan tentang analisis data dan metrik yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran mereka di media sosial.

Pengabdian yang dilakukan penulis adalah dengan menggunakan metode kontelektual. Yakni, memberikan materi teori terlebih dahulu dan dilanjutkan dengan pengarahan pelaksanaan tentang pemanfaatan media sosial dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang cara mempromosikan produk mereka secara efektif, peserta diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pelaku UMKM diharapkan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perubahan tren di pasar digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi pertama (18 November 2024)

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini diawali dengan kegiatan wawancara dengan penjual pancong lumer sehat yang terletak di daerah pasar bersih, Jababeka, Cikarang Pusat. Pada kegiatan tersebut dihasilkan draft kerjasama kegiatan-kegiatan yang akan kami lakukan yaitu mengenalkan jejaring internet dan media sosial kepada penjual pancong lumer tersebut agar lebih mudah memperkenalkan platform media sosial yang akan kami buat. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 18 November 2024.



Gambar 1. Wawancara penjual pancong lumer sehat.

2. Implementasi ke-2 (20 November 2024)

Kegiatan selanjutnya, pengabdian memberi materi pelatihan bagaimana cara membuat akun media sosial Instagram, kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah. Selain itu, tim pengabdian juga memberikan penjelasan bagaimana cara

mengupload konten foto maupun video di Instagram dengan baik dan benar sehingga penjual pancong dapat dengan mudah mempromosikan dagangannya secara lebih menarik dengan adanya postingan di akun Instagram tersebut.



Gambar 2. Pembuatan akun pancong lumer sehat.

3. Implementasi ke-3 (23 November 2024)

Pelatihan selanjutnya pada hari Sabtu, tanggal 23 November 2024, tim pengabdian memberikan strategi bagaimana cara mempromosikan produk UMKM pada media sosial Instagram. Adapun materi yang diajarkan yaitu menjelaskan bagaimana cara mengunggah postingan dan status di akun Instagram agar Masyarakat tertarik pada produk UMKM yang akan ditawarkan dan lebih banyak pelanggan yang mengetahui produk UMKM tersebut melalui media sosial sehingga penjual tersebut mendapatkan keuntungan yang lebih banyak.



Gambar 3. Postingan daftar menu pancong lumer sehat.



Gambar 4. Postingan pomosi di story instagram.

KESIMPULAN

Dengan adanya program pengabdian masyarakat yang dilakukan terhadap UMKM, khususnya dalam pembuatan akun media sosial Instagram, telah memberikan pelatihan kepada peserta tentang cara mempromosikan produk yang mereka jual. Diharapkan, dengan adanya pelatihan ini, akan terjadi peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM dan produk-produk mereka akan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penghasilan mereka, dan meningkatkan daya saing mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Prasetya, A. Y., Prasetya, Sugiharti, Fadhila, Z. R., & STIE Totalwin Semarang. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DESA BOJA. In *Jurnal Budimas* (Vol. 03, Issue 01, pp. 102–104).
- Rozaq, A., 1, Kurniawati, I. D., 2, Yessi Yunitasari, & Latjuba Sofyana STT. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok. In *JNB: Jurnal Nusantara Berbakti*: Vol. Vol. 1 (Issue No. 1, pp. 88–95). <https://ukitoraja.id/index.php/jnb88>

- Hidayat, A., Febriana, P., Rochmaniah, A., & Bisri, M. H. (2024). REBRANDING UMKM CATERING MELALUI DESAIN PACKAGING DAN PROMOSI MEDIA SOSIAL. *Jurnal AbdiMas Nusa Mandiri*, 6(1), 46–54. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v6i1.5301>
- Riyanto, S., 1, Azis, M. N. L., 2, & Universitas PGRI Madiun. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. In *JURNAL ABDIMAS BSI* (Vol. 1, pp. 137–142). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Rina Avi Nur Azizah, Mochamad Rizal Jordi, Mohammad Brilliant Nuruddin Amrullah, Indah Hilyatul Janah, M. Nurul Ichsan, Imron Febri Yunanto, Riki Budi Dermawan, Muhammad Riski Maulana, & Elysa Ayu Fatmah. (2023). Pendampingan pemanfaatan media sosial Instagram guna meningkatkan segmentasi pasar pada UMKM Batik New Colet Jombang. In *Welfare Jurnal Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, Issue 2, p. 270) [Journal-article]. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare>
- Fitriana, N., Clarita, D., & S, A. O. C. M. (2023). Pemanfaatan Whatsapp Business dan Instagram Business sebagai media promosi UKM di kelurahan Sialang Sakti. *ABSYARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.29408/ab.v4i1.6770>
- Riswati, B. M., Sukarno, G., Warmana, O., & Zawawi, Z. (2024). Pelatihan Penerapan Digital Marketing Melalui Media Sosial Instagram dan E-Commerce Pada UMKM Penjaringan Sari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 880–885. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2411>.