

# Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam

Hery Haryanto\*<sup>1</sup>, Delfina<sup>2</sup>, Jessica<sup>3</sup>, Jesseline Chang<sup>4</sup>, Fionna Quinn<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam, Indonesia

\*e-mail: [hery.haryanto@uib.edu](mailto:hery.haryanto@uib.edu)<sup>1</sup>, [delfinaong@gmail.com](mailto:delfinaong@gmail.com)<sup>2</sup>, [jessicachew02@gmail.com](mailto:jessicachew02@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[jesselinechang200@gmail.com](mailto:jesselinechang200@gmail.com)<sup>4</sup>, [fionnaquinn8@gmail.com](mailto:fionnaquinn8@gmail.com)<sup>5</sup>

## Abstrak

Masa pandemi COVID-19 dapat dinilai sebagai ancaman dan juga peluang dalam dunia bisnis. Untuk bertahan dalam masa pandemi ini, UMKM JHN Shop harus berinovasi agar dapat bersaing dengan UMKM lainnya. Karena adanya masa pandemi COVID-19 telah membuat JHN Shop mengalami penurunan pendapatan. Strategi yang cukup populer saat ini dalam mengatasi permasalahan JHN Shop adalah pemasaran digital dengan memanfaatkan iklan dan media sosial seperti Instagram, Facebook, maupun Tiktok. Pemasaran digital sebagai upaya yang dapat dilakukan oleh JHN Shop dan dengan melakukan pemasaran digital maka JHN Shop dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatannya. Dalam membantu UMKM JHN Shop dalam menerapkan pemasaran digital, pelaksana kegiatan memberikan edukasi dan juga membuat akun Instagram untuk Bapak A Ing selaku pemilik JHN Shop. Pengabdian dilakukan melalui tahap persiapan untuk memperoleh data dengan wawancara dengan Bapak A Ing, tahap pelaksanaan untuk mengimplementasikan kegiatan yaitu menciptakan luaran berupa akun Instagram, dan tahap penilaian untuk mengevaluasi kegiatan yaitu memantau penggunaan akun tersebut oleh JHN Shop serta mengamati peningkatan pengikut pada akun tersebut. Setelah JHN Shop mencoba melakukan pemasaran digital, mereka mendapatkan beberapa pelanggan baru. Seiring dengan bertambahnya pelanggan, produktivitas, efisiensi dan pendapatan JHN Shop pun ikut meningkat.

**Kata kunci:** Instagram, Pemasaran Digital, UMKM.

## Abstract

The COVID-19 pandemic can be seen as a threat as well as an opportunity in the business world. To survive during this pandemic, JHN Shop's MSMEs must innovate in order to compete with other MSMEs. Due to the COVID-19 pandemic, JHN Shop has experienced a decline in revenue. A strategy that is quite popular nowadays in overcoming the problems of JHN Shop is digital marketing by utilizing advertisements and social media such as Instagram, Facebook, and Tiktok. Digital marketing is an effort that can be done by JHN Shop and by doing digital marketing, JHN Shop can increase its productivity, efficiency and income. In assisting the JHN Shop MSMEs in implementing digital marketing, the event implementer provided education and also created an Instagram account for Mr. A Ing as the owner of the JHN Shop. The service is carried out through the preparation stage to obtain data by interviewing Mr. A Ing, the implementation stage to implement activities, namely creating an output in the form of an Instagram account, and the assessment stage to evaluate activities, namely monitoring the use of the account by JHN Shop and observing the increase in followers on the account. After JHN Shop tried to do digital marketing, they got some new customers. Along with the increase in customers, productivity, efficiency and revenue of JHN Shop also increase.

**Keywords:** Digital Marketing, Instagram, MSME.

## 1. PENDAHULUAN

Masa pandemi COVID-19 dapat dinilai sebagai ancaman maupun peluang dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan besar di Indonesia yang gulung tikar dikarenakan turunnya penjualan dan membuat perusahaan tersebut tidak bisa melanjutkan bisnisnya. Ada juga perusahaan yang memanfaatkan masa pandemi sebagai peluang untuk mengevaluasi kinerja perusahaannya dan menciptakan strategi baru agar dapat bertahan dalam masa sulit ini. PTidak hanya perusahaan, UMKM juga perlu melakukan pengembangan agar dapat bertahan di masa pandemi COVID-19. UMKM dalam bidang apapun tetap dapat bertahan dalam masa pandemi COVID-19 jika pelaku UMKM memiliki inovasi dan kreatifitas dalam melakukan pemasaran baik secara *online* maupun *offline* [1].

Minimnya pengetahuan dan perhatian dari pelaku UMKM akan membuat sebuah usaha mengalami masa sulit dalam menghadapi kondisi pasar yang tidak pasti (*uncertainty*) seperti masa pandemi COVID-19 [2]. Untuk bertahan dalam masa pandemi ini, UMKM perlu melakukan pemasaran digital. Pemasaran secara digital merupakan suatu bentuk promosi atas barang dan jasa melalui media digital seperti media sosial yang dapat menjangkau masyarakat luas [3]. Pemasaran digital sudah sangat populer di era modern ini dan juga memberikan dampak positif bagi UMKM karena media sosial banyak digunakan oleh masyarakat baik dari remaja hingga orang tua. Sehingga banyak perusahaan besar yang memanfaatkan pemasaran digital sebagai salah satu strategi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Media sosial merupakan sebuah kelompok dari aplikasi yang berbasis internet dimana para pengguna aplikasi tersebut dapat berinteraksi dan menyebarkan informasi yang menjangkau lingkup luas [4]. Salah satu media sosial yang sangat populer saat ini adalah *Instagram*. *Instagram* merupakan aplikasi yang dominan saat ini karena di aplikasi ini banyak fitur yang tersedia dan mendukung pemasaran digital seperti iklan, mengunggah foto dan video, serta bekerjasama dengan *influencer* untuk melakukan promosi. Dengan pemasaran seperti itu, tentunya akan mempermudah konsumen dalam mengakses informasi mengenai produk yang ditawarkan dan tidak terbatas oleh waktu dan tempat [5].

JHN Shop merupakan UMKM yang bergerak di bidang barang dan jasa elektronik. JHN Shop berdiri sejak tahun 2015 dan berfokus pada penjualan aksesoris telepon genggam. JHN Shop terletak di BCS Mall, Kota Batam. Karena terletak di mall, produktivitas, efisiensi kerja dan juga pendapatan pada JHN Shop pun ikut menurun sejak awal pandemi hingga saat ini akibat kebijakan PPKM oleh pemerintah yang membatasi aktivitas dan mobilitas masyarakat. Pada situasi seperti ini, JHN Shop juga tidak melakukan promosi maupun pemasaran secara digital sehingga kunjungan konsumen ke UMKM tersebut pun ikut menurun.

Dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi dan juga pendapatan, JHN Shop perlu mengembangkan strategi pemasaran. Strategi yang cukup populer saat ini merupakan pemasaran digital dengan memanfaatkan iklan dan media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, maupun *Tiktok*. Sejak dimulainya usaha JHN Shop ini, diketahui bahwa pemilik JHN Shop belum pernah melakukan pemasaran secara *online*. Konsumen yang mengunjungi JHN Shop pun merupakan langganan dan juga orang-orang yang melewati *counter*. Dengan menerapkan pemasaran digital pada JHN Shop, tentunya akan memperluas jangkauan pasar UMKM yang membuat produk UMKM dikenal lebih banyak orang.

Implementasi strategi pemasaran digital perlu diterapkan pada UMKM JHN Shop. Karena dengan strategi pemasaran yang tepat, akan memberikan dampak positif pada penjualan JHN Shop yang dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan juga pendapatan UMKM. Dengan begitu, pelaksana kegiatan akan membantu UMKM JHN Shop untuk memasarkan produknya secara digital dengan memanfaatkan media sosial berupa *Instagram*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop melalui Pemasaran Digital.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian dilaksanakan tepatnya dari 28 September hingga 8 Oktober 2021. Dengan tahap-tahap kegiatan sebagai berikut:

### a) Tahap Persiapan

Pada tahap ini, pelaksana kegiatan mengumpulkan data dan menganalisis segala permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Data mengenai permasalahan diperoleh dengan melakukan wawancara dengan Bapak A Ing pada hari Jumat, 29 September 2021.

### b) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, kegiatan pengabdian mulai dilaksanakan dengan membuat luaran berupa akun *Instagram* untuk mendukung pemasaran digital yang akan diterapkan pada JHN Shop. Tidak hanya membuat akun *Instagram*, namun pelaksana kegiatan juga membuat desain foto-foto produk yang menarik yang akan diunggah pada akun tersebut. Setelah akun *Instagram*

tersebut selesai dibuat, pelaksana kegiatan menyerahkan akun tersebut kepada Bapak A Ing dan memberikan sosialisasi mengenai fitur-fitur yang ada. Dengan begitu, JHN Shop dapat terus menggunakan akun tersebut untuk memasarkan produknya dan bersifat berkelanjutan.

### c) Tahap Penilaian

Tahap penilaian merupakan tahap dimana pelaksana kegiatan mengevaluasi kelemahan dan kelebihan dari luaran yang dicapai dengan memantau penggunaan akun tersebut oleh JHN Shop serta mengamati peningkatan pengikut (*followers*) pada akun tersebut. Pelaksana kegiatan juga ikut serta dalam meningkatkan pengikut *Instagram* JHN Shop dengan membagikan tautan akun tersebut kepada kerabat terdekat.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan untuk membantu UMKM JHN Shop dalam menerapkan pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatannya, pelaksana kegiatan mengedukasi Pelaku UMKM JHN Shop dengan memberikan pengetahuan tentang pemasaran digital yang dapat digunakan untuk mendukung usahanya di masa pandemi COVID-19 ini. Pelaksana kegiatan juga membuat akun *Instagram* yang akan diserahkan dengan JHN Shop. Akun *Instagram* tersebut dilengkapi dengan desain foto produk dan informasi-informasi yang mendukung penjualan produk maupun jasa JHN Shop.



Gambar 1. Serah Terima Akun Instagram dengan Bapak A Ing

*Instagram* merupakan aplikasi media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat luas. Pada *Instagram* juga terdapat fitur-fitur yang sangat mendukung seperti snapgram dan juga feeds yang dapat digunakan saat pengguna akun ingin mengunggah foto dan video. Tentunya pelaksana kegiatan lebih memilih untuk memperkenalkan *Instagram* dibandingkan aplikasi yang lain karena *Instagram* didominasi oleh generasi millennial dan Gen-Z yang senang menelusuri produk dan layanan yang ingin mereka beli melalui *Instagram*. Dengan menggunakan *Instagram* untuk promosi memiliki peluang keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan aplikasi lain.

Desain foto produk yang ditampilkan pada akun tersebut terlihat menarik dengan perpaduan warna dan tulisan yang tidak monoton. Kebanyakan bentuk pemasaran digital gagal dikarenakan produk yang ditampilkan tidak menarik dan memberikan kesan membosankan. Sehingga pelaksana kegiatan membuat desain foto produk yang lebih ekspresif hingga dapat menarik perhatian pembeli. Tampilan produk juga dibuat dengan detail-detail yang penting saja karena terlalu banyak detail yang tidak penting mengenai produk akan membuat produk memberikan kesan yang berlebihan. Segala hal yang memberikan dampak negatif terhadap penjualan telah dianalisis terlebih dahulu oleh pelaksana kegiatan sehingga desain yang dihasilkan merupakan desain yang telah dipertimbangkan secara menyeluruh.



Gambar 2. Tampilan Akun Instagram JHN Shop



Gambar 3. Desain Foto Produk

Penggunaan fitur-fitur *Instagram* juga dapat mendukung keberhasilan pemasaran digital yang dilakukan. Seperti fitur *IG Stories* yang merupakan fitur yang paling digemari oleh generasi Millennial dan Gen-Z karena sistemnya yang sangat fleksibel. Tidak hanya dapat menyebarkan foto dan video, namun pemanfaatan *IG Stories* ini juga digunakan sebagai fasilitas untuk mengiklankan produk. Dengan memperkenalkan fitur-fitur tersebut kepada JHN Shop, tentunya akan membantu JHN Shop dalam menjangkau konsumen yang lebih luas.



Gambar 4. Bentuk IG Stories

Adanya akun Instagram sebagai sarana pemasaran digital pada JHN Shop, membuat jangkauan pasar JHN Shop semakin meluas. Sebagian besar masyarakat Batam bahkan yang diluar Batam juga akan mengetahui keberadaan JHN Shop. Tentunya dengan adanya inovasi seperti ini, JHN Shop akan mendapatkan banyak pelanggan baru. Produktivitas JHN Shop akan meningkat seiring dengan pemasaran yang dilakukan. Karyawan JHN Shop harus mempelajari lebih banyak mengenai pemasaran digital supaya dapat memaksimalkan kinerjanya.

Jangkauan lingkup konsumen yang lebih luas akan membuat JHN Shop lebih memaksimalkan waktu dalam bekerja. Begitu juga dengan pencapaian efisiensi kerja. Karyawan JHN Shop perlu memaksimalkan penggunaan waktu dalam menjalankan tanggung jawabnya. Karena sebelumnya, pemasaran hanya dilakukan secara *offline*, namun sekarang karyawan JHN Shop harus mengatur penjualan secara online apabila ada pesanan yang masuk melalui *Instagram*. Tentunya dibutuhkan ketelitian karyawan JHN Shop dalam mengatur pesanan agar tidak terjadi kesalahan.

Pendapatan juga meningkat setelah dilakukan pemasaran digital karena konsumen yang akan membeli produk/ jasanya tidak lagi merupakan langganan namun juga ada konsumen baru dari pemasaran yang dilakukan. Peningkatan pendapatan tersebut tidak akan berlangsung lama jika JHN Shop hanya mengandalkan desain produk dari pelaksana kegiatan. Jadi diperlukan juga inovasi dan ide-ide kreatif dari JHN Shop agar dapat memaksimalkan penggunaan *Instagram* sebagai media pemasaran yang dapat bersaing dengan UMKM sejenis. Tentunya peningkatan pendapatan tersebut dapat dijadikan sebagai modal untuk pemasaran produk yang lebih lanjut seperti biaya iklan di *Instagram* maupun menggunakan jasa *Influencer* untuk membantu memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas.

Keunggulan dari luaran yang dihasilkan adalah JHN Shop dapat menggunakan akun Instagram tersebut untuk melakukan pemasaran digital dan juga mengetahui fungsi fitur-fitur yang ada pada *Instagram* sebagai media pemasaran yang populer di zaman sekarang, serta dengan adanya luaran tersebut dapat meningkatkan produktivitas, efisiensi dan juga pendapatan JHN Shop.

Kelemahan dari luaran yang dihasilkan adalah luaran tersebut tidak dapat diakses apabila jaringan internet sedang tidak lancar. *Feeds* dan *Story* dari *Instagram* perlu di perbarui secara berkala agar dapat memberikan informasi terbaru mengenai produk. Inovasi-inovasi dari JHN Shop sangat diperlukan untuk mendukung keberhasilan pemasaran digital melalui *Instagram* karena konsumen tidak akan tertarik jika tampilan foto maupun video yang diunggah merupakan desain lama

#### 4. KESIMPULAN

UMKM sudah tidak dapat bertahan di era modern ini jika tidak mengembangkan strategi pemasaran yang baru. Pemasaran secara digital pun terbukti telah membawa banyak dampak positif terhadap kinerja UMKM. Penggunaan *Instagram* sebagai media pemasaran digital pada UMKM JHN Shop telah membantu UMKM tersebut mendapatkan banyak pelanggan baru. Pemilik UMKM juga menyatakan bahwa penggunaan Instagram telah membantu mereka dalam memasarkan produknya kepada masyarakat yang lebih luas. Fitur-fitur *Instagram* yang sangat mendukung pun sudah dapat dikuasai oleh karyawan JHN Shop. Dan tentunya juga banyak pesanan yang masuk melalui akun Instagram JHN Shop sehingga meningkatkan produktivitas dan efisiensi JHN Shop. Penjualan produk dan jasa JHN Shop juga perlahan-lahan mengalami peningkatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Marlinah, "Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19," *J. Ekon.*, vol. 22, no. 2, pp. 118-124, 2020.
- [2] S. Bakhri and V. Futiah, "Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran

- Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19," *J. Loyal. Sos. J. Community Serv. Humanit. Soc. Sci.*, vol. 2, no. 2, p. 59, 2020, doi: 10.32493/jls.v2i2.p59-70.
- [3] R. A. Buchari and I. Darmawan, "Peningkatan Potensi Kewirausahaan Produk Lokal Melalui Pemasaran Digital Desa Cikeruh Jatinangor," *Sawala J. Pengabd. Masy. Pembang. Sos. Desa dan Masy.*, vol. 1, no. 2, p. 51, 2020, doi: 10.24198/sawala.v1i2.26592.
- [4] A. Nasution, "Strategi Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer Melalui Media Sosial Instagram," *J. Bisnis Corp.*, vol. 6, no. 1, pp. 11-18, 2021, doi: 10.46576/jbc.v6i1.1484.
- [5] A. O. Siagian, R. Martiwi, and N. Indra, "Manajemen Pemasaran," *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 3, no. 3, pp. 44-51, 2020, [Online]. Available: [https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPER-KOMPETITIF\\_NTW.pdf](https://repository.bsi.ac.id/index.php/unduh/item/288824/FULL-PAPER-KOMPETITIF_NTW.pdf).