

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI DAN PENJUALAN BAGI UMKM DI NEGERI BATUMERAH

Krispahlawati Etwiory¹, Desmi. I. Tualeka², Adelvia Pentury³, Muhammad A. Polhaupessy⁴, Afida F.Kasben⁵, Putri R. Nengtias⁶, Neneng Karlina⁷, Asriani Wally⁸, Nur Rahma Dwiyani⁹, Meilan Larat¹⁰, Nurul H. Muntahar¹¹, Misna S. Tianotak¹², Fifi Berhitsu¹³, Alma Suneth¹⁴, Yisman F. Makatita¹⁵, Fathur R. Umarella¹⁶, Nasrun R. Ali¹⁷, Zulfa F. Matdoan¹⁸, Risca D. Lestari¹⁹, Restaa S. La Enta²⁰, Deassy J.A. Hehanussa*

***Penulis Korespondensi: deassyhehanussa@gmail.com**

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini telah mendominasi perekonomian di Indonesia. UMKM berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia, namun banyak tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, salah satunya adalah mampu mengikuti perkembangan zaman yang serba menggunakan teknologi. Pelaku UMKM di Ruko Batumerah tidak menggunakan media sosial sebagai sarana promosi karena tidak paham memanfaatkan media sosial tersebut. Oleh karena itu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat berupa pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi dan penjualan, sehingga dapat menjangkau konsumen secara luas dan meningkatkan penjualan produk. Instagram digunakan sebagai media sosial untuk promosi karena merupakan media sosial kedua yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, dan dilengkapi fitur yang mempermudah pelaku UMKM memasarkan dan menjual produk. Kegiatan ini berjalan dari tanggal 12-13 Mei 2022. Dilakukan dengan mendatangi langsung para pelaku UMKM yang berlokasi di Ruko Batumerah, Negeri Batumerah, Kota Ambon. Metode yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara yang terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil yang diperoleh, ada 10 UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan ini, dan 10 akun bisnis pada platform media sosial instagram berhasil dibuat. Diharapkan dengan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini, pelaku UMKM dapat memanfaatkan akun bisnis yang telah dibuatkan secara maksimal.

Kata Kunci: Media Sosial, Sarana Promosi dan Penjualan UMKM, Pemanfaatan Media Sosial.

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) currently dominate the economy in Indonesia. MSMEs play an important role in improving the welfare of people in Indonesia, but there are many challenges faced by MSME actors, one of which is being able to keep up with the

times that all use technology. MSME actors in Batumerah Shophouse do not use social media as a means of promotion because they do not understand using social media. Therefore, community service activities are carried out in the form of the use of instagram social media as a means of promotion and sales, so that it can reach consumers widely and increase product sales. Instagram is used as a social media for promotion because it is the second social media that is widely used by the people of Indonesia, and is equipped with features that make it easier for MSMEs to market and sell products. This activity runs from May 12-13, 2022. Done by going directly to MSME actors located in Batumerah Shophouse, Batumerah State, Ambon City. The method used is an observation and interview method consisting of the stages of preparation, implementation, and evaluation. The results obtained, there were 10 MSMEs participating in this activity, and 10 business accounts on the instagram social media platform were successfully created. It is hoped that with this community service activity, MSME actors can make the most of the business accounts that have been created.

Keywords: Social Media, Means of Promotion and Sale of MSMEs, Utilization of Social Media.

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia saat ini didominasi oleh keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang diatur dalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia pada tahun 2019 adalah sebanyak 65,47 juta unit. Jumlah tersebut meningkat 1,98% dari tahun 2018 yang mencapai 64,19 juta unit. Keberadaan UMKM berperan penting dalam kesejahteraan masyarakat Indonesia karena sangat berkontribusi terhadap PDB Nasional dan berkontribusi dalam memperluas lapangan pekerjaan di Indonesia.

Perkembangan UMKM di Indonesia tidak terlepas dari banyaknya tantangan yang harus dihadapi. Ada berbagai tantangan yang dihadapi pelaku UMKM untuk dapat berkembang. Salah satunya adalah pelaku UMKM dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi yang ada dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Memanfaatkan media sosial sebagai media promosi merupakan salah satu cara yang efektif dalam memasarkan produk mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia pada akhir Februari 2022 mencapai 204,7 juta, sehingga akan mempermudah pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Dengan menggunakan media sosial dapat menjangkau lebih banyak konsumen yang juga menggunakan media sosial.

Menurut data dari *We Are Social* pada Januari 2022, Instagram menjadi platform media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia setelah Whatsapp, yaitu sebesar 84,8%. Selain menjadi platform media sosial kedua yang paling banyak digunakan di Indonesia, Instagram menjadi aplikasi yang efektif untuk digunakan sebagai sarana promosi. Hal itu dikarenakan setiap gambar yang diposting di Instagram memberikan kualitas gambar yang baik, memiliki jangkauan yang luas dan dapat dengan mudah diakses, didukung dengan adanya fitur iklan yang memudahkan untuk mempromosikan produk yang dijual, dan tersedia fitur bisnis yang dapat memuat katalog dari setiap produk UMKM yang hendak dijual. Alasan-alasan diatas menjadikan instagram sebagai

PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

media sosial yang tepat untuk digunakan sebagai sarana promosi dan mempermudah transaksi jual beli bagi pelaku UMKM sebagai penjual dan konsumen selaku pembeli.

Promosi produk menjadi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang berlokasi di Negeri Batumerah, hal itu disebabkan karena para pelaku UMKM tidak paham dalam membuat akun promosi. Media sosial instagram yang dimiliki hanya digunakan sebagai akun pribadi. Padahal menggunakan media sosial sebagai media promosi lebih murah dan mudah dibanding melakukan promosi secara offline. Untuk menjawab permasalahan di atas, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan lebih difokuskan pada “Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi dan Penjualan bagi UMKM di Negeri Batumerah.” Tujuannya adalah untuk memperkenalkan media sosial dalam bidang pemasaran (promosi), agar dapat digunakan untuk memasarkan produk UMKM sehingga lebih dikenal dan penjualan produk semakin meningkat.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dari tanggal 12-13 Mei 2022 yang berlokasi di kawasan Ruko Batumerah, Negeri Batumerah, Kota Ambon. Metode yang digunakan adalah metode observasi dan wawancara, dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan persiapan sarana prasaran yang dibutuhkan, membuat materi, melakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Pertanyaan wawancara yang diajukan seputar identitas pemilik toko, jenis usaha, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, dan penjualan produk secara online. Pada tahap ini juga para pelaku UMKM diajak dan didata untuk diajarkan membuat akun promosi instagram.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini dilakukan dengan cara mendatangi pemilik UMKM yang telah terdata. Para pelaku UMKM dijelaskan mengenai pemanfaatan instagram untuk promosi, dibuatkan akun bisnis pada platform media sosial instagram, dan memposting produk UMKM untuk dijual.

3. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan monitoring dan evaluasi mengenai pemanfaatan akun bisnis di instagram yang telah dibuatkan. Setiap akun tersebut dimonitor melalui akun instagram kelompok KKN Negeri Batumerah dan dievaluasi apakah akun tersebut sudah dimanfaatkan secara maksimal atau belum oleh UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat (KPM) ini dilakukan oleh kelompok KKN Negeri Batumerah selama 2 hari, yaitu pada tanggal 12 Mei 2022 dan 13 Mei 2022 yang berlokasi di Ruko

Pattimura Mengabdi (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol 2 Nomor 2 Tahun 2022, 3

PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Batumerah, Negeri Batumerah, Kota Ambon. Selama 2 hari tersebut dilakukan observasi, wawancara dan dibuatkan akun bisnis instagram masing-masing UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan agar para pelaku UMKM dapat dengan mudah melakukan promosi produk sehingga dapat meningkatkan penjualan dan memaksimalkan keuntungan. Selain itu dengan memanfaatkan platform media sosial Instagram, promosi yang dilakukan akan menjangkau konsumen secara luas. Para pelaku UMKM diajarkan dan dibantu untuk membuat akun instagram yang akan digunakan untuk mempromosikan setiap produk yang dimiliki.

Tabel 1. Daftar UMKM Peserta KPM

No.	Nama Toko	Nama Pemilik	Jenis Produk yang Dijual	No. Telepon
1	Toko Sahabat	Ibu Umi	Barang pecah belah	(0911) 344642
2	Multi Tani	Muliadi Kaimudin, SE	Bibit/alat pertanian dan peternakan	(0911) 351262
3	Lima Saudara	Bpk. Mahu	Bahan pangan	0852858521 18
4	Djaunte Jaya	Satria	Sendal dan sepatu	0821995667 76
5	Lima Saudara 2	Ibu Wa Yanti	Bahan pangan dan sembako	0821985843 34
6	Toko SL 2	Hj. Masrudin	Peralatan rumah tangga dan Sepeda	0813187616 05
7	Toko MD	Bpk. Mustafa	Barang pecah belah	0822255450 32
8	AZR Toys	Bpk. Armin	Mainan anak-anak	0853437308 59
9	Emas Mega Murni	Ismail Nasril	Emas	0812402533 28
10	Satria Cell	Bpk. Satria	Service HP dan jual beli HP	0822147622 48

Sumber : Diolah, 2022

Tabel di atas merupakan daftar 10 unit UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat. Para pemilik UMKM diajarkan membuat akun pada media sosial instagram dan kemudian dibantu untuk memposting produk yang dijual ke akun tersebut. Produk yang dipromosikan berupa barang pecah belah, alat dan bibit pertanian, bahan pangan, peralatan rumah tangga, mainan anak, emas, sandal dan sepatu.

Pattimura Mengabdi (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol 2 Nomor 2 Tahun 2022, 4

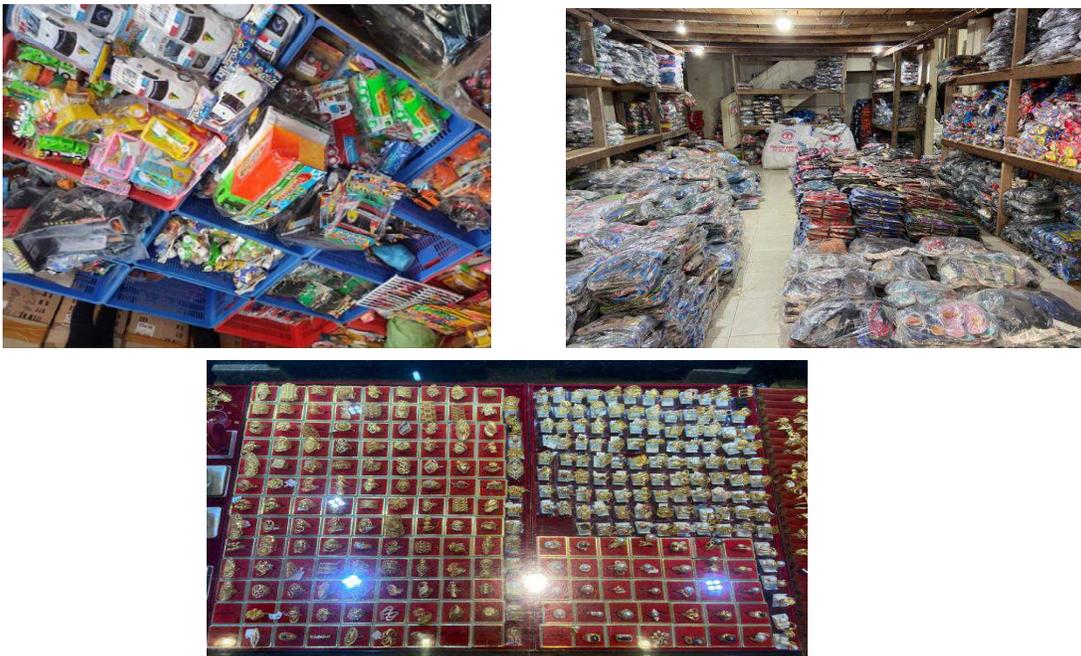
PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 1. Observasi dan wawancara terhadap pelaku UMKM

Pada tahap ini, dilakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yang ada di Negeri Batumerah. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diketahui bahwa para pelaku UMKM tersebut belum paham cara untuk memanfaatkan media sosial instagram sebagai sarana promosi, dan masih menggunakan cara promosi yang konvensional dengan tidak memanfaatkan perkembangan teknologi. Para pelaku UMKM tersebut kemudian dijelaskan peranan dan manfaat menggunakan media sosial, khususnya instagram untuk mempromosikan produk, sekaligus mendata setiap UMKM yang bersedia diajarkan dan dibuatkan akun promosi pada media sosial instagram.

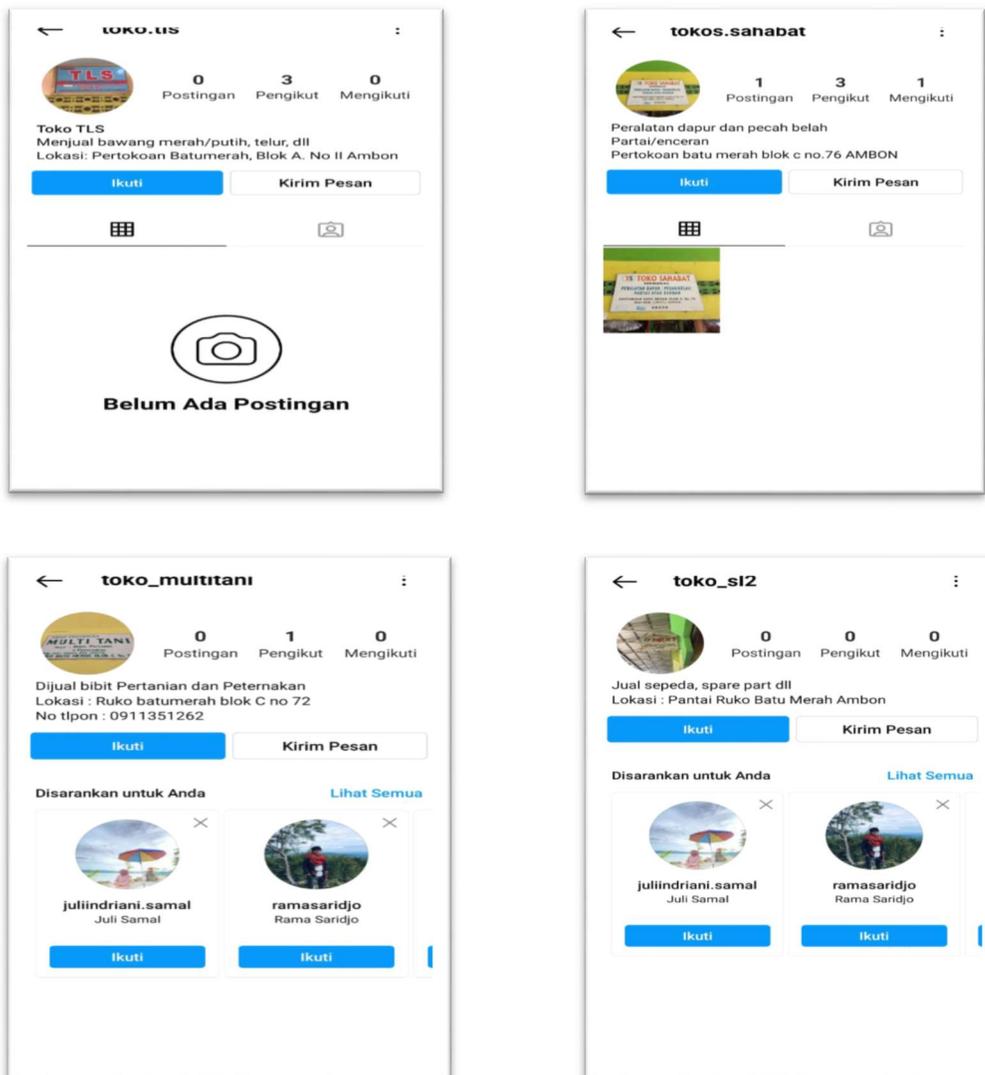


Gambar 2. Produk yang dipromosikan dan dijual oleh UMKM

PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, kemudian dilakukan proses inventarisasi produk yang akan dipromosikan. Gambar 2 diatas merupakan dokumentasi produk yang akan dipromosikan oleh UMKM. Produk yang akan dipromosikan bermacam-macam sesuai dengan jenis usaha dari masing-masing pelaku UMKM.



Gambar 3. Akun Promosi UMKM yang telah dibuat

Pada tahap ini, para pelaku UMKM yang telah didata, kemudian diajarkan untuk membuat dan mempromosikan produk yang dimiliki. Gambar diatas merupakan dokumentasi beberapa

Pattimura Mengabdi (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol 2 Nomor 2 Tahun 2022, 6

PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

akun promosi instagram yang telah dibuat. Sebanyak 10 akun promosi dari 10 UMKM berbeda berhasil dibuat dan digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan produk. Pemilik dan karyawan dari masing-masing UMKM diajarkan juga untuk memposting produk yang dimiliki.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terlaksana dengan baik. Para pelaku UMKM yang terlibat dalam kegiatan ini cukup antusias ketika diajarkan untuk membuat akun promosi pada media sosial instagram. Proses penyampaian teori mengenai peranan dan manfaat promosi melalui media sosial instagram dilakukan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti oleh para pelaku UMKM.

Saran

Kegiatan pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi dan penjualan bagi pelaku UMKM di Negeri Batumerah, Kota Ambon, Provinsi Maluku dapat berjalan dengan baik berkat bantuan dari beberapa pihak dan kerja keras Kelompok KKN Negeri Batumerah. Akan tetapi ada beberapa hal yang menjadi catatan setelah kegiatan ini dilakukan, yakni masih perlu adanya pendampingan secara terus-menerus kepada para pelaku UMKM dan perlu dilakukan pelatihan untuk mendesain gambar produk yang akan diposting agar dapat membuat konsumen menjadi tertarik terhadap produk yang dipromosikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, D., dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan *Marketplace* Untuk Meningkatkan Pemasaran Produksi UMKM Bonpay dan Arumfood. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ipteks*. Vol. 6(2).155-160.
- Gunatin. (2017). Penguatan UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *EDUKA Jurnal Pendidikan, Hukum dan Bisnis*. Vol. 1 (V). 65-67.
- Mahdi, M. (18 Januari 2022). Berapa Jumlah UMKM di Indonesia ?. *DataIndonesia.com*. <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>.
- Nurhaliza, S. (06 Februari 2022). Begini Pentingnya Peranan UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Idxchannel.com*.<https://www.idxchannel.com/economics/begini-pentingnya-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia#:~:text=1.,dunia%20usaha%20di%20tahun%202020>.
- Permana, S. D. H., Cendana, M. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi bagi Kelangsungan UMKM. *Jurnal Community Development And Society*. 1-10. Vol. 1.
- Prastya, D. (21 Februari 2022). Jumlah Pengguna Internet Indonesia Capai 204,7Juta di Tahun 2022. *Suara.com*. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/21/163932/jumlah-pengguna-internet-indonesia-capai-2047-juta-di-tahun-2022>

PATTIMURA MENGABDI

Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

- Widhajati, E., dkk. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM di PLUT KUMKM Tulungagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Tuguagung*. Vol. 1(1). 45-52.
- Widia, E., Putra, D. J. (2021). Diseminasi Penggunaan Sosial Media Dalam Perluasan Sebaran Pemasaran Pada Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Perintis Indonesia*. Vol. 1(2). 99-114.