

PEMANFAATAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PEMASARAN DALAM UPAYA PROMOSI PRODUK UMKM PADA USAHA MOMOCI DESSERT

Yosi Fahdillah¹, Mira Gustiana Pangestu², Yossinomita³,
Irfan Hassandi⁴, Alfito Septiawan Syaputra⁵

¹²³⁴⁵ Universitas Dinamika Bangsa Jambi, Ilmu Manajemen dan Bisnis, KotaJamb

Email : ¹ Yosifadillah230@gmail.com, ² Myraapangestu29@gmail.com, ³ yossinomita.saputra@gmail.com,
⁴ irfanhassandi@unama.ac.id ⁵ alfitoseptiawan@gmail.com

E-mail Korespondensi : ¹ Yosifadillah230@gmail.com

Abstrak

Abstrak ditulis Pengabdianini mencoba mengatasi tantangan pemasaran yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya "Momoci Dessert" di Kota Jambi. Dengan fokus pada pemanfaatan platform sosial media Instagram, proposal ini mengusulkan pelatihan yang difasilitasi melalui Focus Group Discussion (FGD) untuk meningkatkan kemampuan pemilik dan karyawan "Momoci Dessert" dalam menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran.

Pelatihan ini akan mencakup aspek-aspek seperti pembuatan konten yang menarik, penggunaan fitur-fitur Instagram, manajemen kampanye pemasaran, dan analisis kinerja. FGD akan memberikan ruang untuk berbagi pengalaman dan ide antara peserta, menciptakan kolaborasi, dan memberikan pemahaman mendalam tentang kebutuhan dan tantangan spesifik yang dihadapi oleh "Momoci Dessert".

Hasil dari pelatihan ini diharapkan akan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kehadiran online "Momoci Dessert" di Instagram, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan produk mereka. Proposal ini juga akan mencakup evaluasi dan tindak lanjut untuk memastikan keberlanjutan manfaat dari pelatihan yang diselenggarakan.

Abstract

The abstract written by Pengabdianini tries to overcome the marketing challenges faced by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), especially "Momoci Dessert" in Jambi City. With a focus on the use of the social media platform Instagram, this proposal proposes training facilitated through Focus Group Discussions (FGD) to improve the ability of "Momoci Dessert" owners and employees to use Instagram as a marketing tool.

This training will cover aspects such as creating engaging content, using Instagram features, marketing campaign management, and performance analysis. The FGD will provide a space to share experiences and ideas between participants, create collaboration, and provide an in-depth understanding of the specific needs and challenges faced by "Momoci Dessert".

It is hoped that the results of this training will have a positive impact in increasing the online presence of "Momoci Dessert" on Instagram, increasing interaction with customers, and ultimately, increasing sales of their products. This proposal will also include evaluation and follow-up to ensure the sustainability of the benefits of the training provided.

Kata kunci: *social media, Instagram, promotions, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Teknologi mengubah cara orang berbelanja, dan ini adalah kesempatan bagi usaha kecil untuk mempromosikan produk mereka. Mereka dapat menggunakan media sosial untuk melakukan ini, tetapi banyak pemilik usaha kecil tidak tahu bagaimana menggunakannya secara efektif. (Pratama et al., 2022)

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tumbuh dan berkembang. Namun, banyak UMKM masih menghadapi

tantangan dalam memasarkan produk mereka. Sosial media, khususnya Instagram, Ini telah menjadi cara yang sangat populer dan bermanfaat untuk menjual barang kepada orang-orang, tetapi masih banyak UMKM yang belum memanfaatkannya secara optimal.

Pertumbuhan bisnis di bidang promosi produk sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi dan internet. Melalui penggunaan media digital, informasi dapat bergerak bebas antara pembeli dan penjual, menyederhanakan prosedur bisnis dan memperluas pilihan pelanggan. (Suprayitno et al., 2017)

penelitian Tafesse & Wien (2018), menunjukkan bahwa semua aspek adopsi media sosial—selain kehadiran aktif—berhubungan positif dengan kinerja media sosial. Temuan ini juga menunjukkan hubungan yang menguntungkan antara kinerja media sosial dan efektivitas pemasaran. Dengan memberikan konseptualisasi segar dan konfirmasi empiris mengenai konstruksi implementasi media sosial, penelitian ini menambah literatur.

Dan penelitian Anjaningrum (2020), bagaimana menggunakan pemasaran digital dan jaringan membantu usaha kecil di Malang selama pandemi COVID-19. Studi ini menemukan bahwa menggunakan pemasaran digital dan jaringan dapat benar-benar meningkatkan seberapa baik bisnis melakukan pemasaran mereka.

Dan sejalan juga dengan penelitian Cao, dkk (2018), Meneliti motivasi, perilaku, dan efek penggunaan media sosial dalam manajemen rantai pasokan organisasi adalah tujuan dari penelitiannya. Berdasarkan temuan penelitiannya, faktor-faktor penting seperti tekanan eksternal, kesiapan internal,antisipasi manfaat, tujuan strategis, dan risiko yang dirasakan mempengaruhi cara organisasi menggunakan media sosial, yang pada gilirannya mempengaruhi seberapa baik kinerjanya dalam operasi dan pemasaran serta seberapa puas organisasi tersebut terhadap media sosial. pemangku kepentingan internal dan eksternal—termasuk klien, mitra, dan pemasok—berada di organisasi secara keseluruhan.

menggunakan Instagram untuk beriklan membantu usaha kecil yang dalam berjualan (Syafutri et al., 2024).berdasarkan hasil penelitian Nuraini et al., (2023) Menggunakan media sosial, khususnya Instagram, dapat sangat membantu bisnis kecil yang disebut Colet Batik baru. Dengan menggunakan Instagram, bisnis dapat melihat bagaimana orang berinteraksi dengan posting mereka dan mempelajari apa yang diminati masyarakat. Ini penting karena membantu bisnis mengetahui produk apa yang disukai dan ingin dibeli oleh produk dan ingin dibeli. Ketika bisnis berbagi gambar dan video produk batik mereka, lebih banyak orang mulai belajar tentang mereka dan menjadi tertarik. Ini adalah cara yang baik untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan.

Momoci Dessert merupakan salah satu UMKM yang aktif dalam bidang kuliner, khususnya dessert. Sebagai studi kasus, Momoci Dessert mungkin telah menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan potensi pemasaran melalui media sosial Instagram. Oleh karena itu, pengabdian ini ditujukan untuk membantu Momoci Dessert meningkatkan keberadaan dan visibilitas mereka di Instagram.

Persaingan di dunia bisnis, terutama di sektor UMKM, semakin ketat. Promosi produk melalui media sosial menjadi kunci penting dalam menarik perhatian calon konsumen dan membangun citra merek. Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram diarahkan untuk memberikan keahlian kepada Momoci Dessert dalam merancang dan melaksanakan strategi promosi yang efektif.

Penyelenggaraan Focus Group Discussion (FGD) dianggap sebagai metode yang efektif untuk mendapatkan wawasan dari berbagai pihak terkait, baik dari pihak UMKM, para pelaku bisnis, maupun konsumen. Melalui FGD, diharapkan dapat ditemukan berbagai solusi dan ide-ide inovatif untuk memaksimalkan potensi Instagram sebagai sarana promosi produk UMKM.

Pelatihan ini tidak hanya diarahkan pada peningkatan penjualan Momoci Dessert tetapi juga pada kontribusi positif terhadap ekosistem UMKM dan ekonomi lokal. Dengan meningkatkan keberhasilan Momoci Dessert, diharapkan dapat membuka peluang kerja baru, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, dan meningkatkan citra UMKM Indonesia secara keseluruhan.

Dengan latar belakang ini, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi Momoci Dessert dan UMKM sejenisnya dalam memanfaatkan potensi media sosial Instagram untuk meningkatkan promosi produk dan keberlanjutan bisnis mereka

2. METODE PELAKSANAAN

Perencanaan Kegiatan

Pada proses perencanaan kegiatan ini meliputi :

1. Pembuatan proposal dan mengurus surat izin dari umkm momoci dessert untuk melaksanakan kegiatan pelaksanaan pelatihan pemanfaatan teknologi dan sosial media pemasaran pada usaha momoci dessert dalam metode fgd guna untuk masa depan dan kesejahteraan umkm.
2. setelah mengajukan proposal selesai, dan izin sudah didapat , maka selanjutnya adalah menyusun jadwal dan kegiatan pkm nya antara lain : mendata peserta pelatihan, pembagian tugas tim, sarana dan prasarana yang dibutuhkan, modul untuk peserta belajar mandiri.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan mulai februari 2024, diawali dengan mengunjungi tempat kelompok usaha umkm momoci dessert, untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan yang akan diadakan, dan mengurus izin pelaksanaan kegiatan dengan pihak ketua binaan, penyusunan materi, dokumentasi materi. Adapun pelaksanaan kegiatan ini akan dilaksanakan pada bulan 12 Juli 2024.

Peserta Pelatihan

Sesuai target yang dijelaskan diatas, peserta pada pelatihan “pelatihan pemanfaatan teknologi dan sosial media pemasaran pada usaha momoci dessert “dalam upaya untuk peningkatan produksi dan pemasaran ini adalah umkm momoci dessert yang berjumlah 14 orang .

Penyuluhan Atau Instruktur

Penyuluhan / instruktur dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah penulis. Kegiatan ini meliputi penyampaian materi yang bersumber dari beberapa buku teks dan juga sumber elektronik yang disertai dengan implemmentasi.

Kegiatan pkm ini dimulai dengan adanya penyampaian tujuan akan diadakannya kegiatan oleh anggota UMKM momoci dessert, dimana tujuan tersebut juga selaras dengan manfaat dari kegiatan ini, sesuai dengan tema nya yaitu “pelatihan pemanfaatan teknologi dan sosial media pemasaran pada usaha momoci dessert “. Tim pelaksana terdiri dari 5 orang yaitu 4 dosen dan 1 orang mahasiswa dengan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Yosi Fahdillah.,SE.,MM bertanggung jawab dalam berlangsung acara, menyampaikan materi dan praktik simulasi mengenai Penggunaan Sosial Media
2. Mira Gustiana Pangestu., SE., MM bertanggung jawab berkoordinasi dengan pihak Anggota UMKM Momoci Dessert, praktik simulasi, terkait pelaksanaan kegiatan PKM.
3. Yossinomita.,SE., MM. bertanggung jawab untuk mempersiapkan kebutuhan pelatihan PKM, seperti; absensi, pengadaan konsumsi, asisten praktik, dan dokumentasi.
4. Irfan Hassandi.,SMn, M.A.B bertanggung jawab untuk membantu anggota lain mempersiapkan kegiatan, seperti ; mempersiapkan ruangan, dokumentasi, asisten praktik dan membantu peserta dalam mengikuti arahan narasumber.
5. Alfito Septiawan Syaputra bertanggung jawab untuk membantu atau perlengkapan yang lain

Peralatan kegiatan

Untuk melengkapi kegiatan pengabdian ini, maka pemateri membutuhkan beberapa pendukung sebagai berikut :

1. Untuk perangkat keras (*Hardware*)
 - Laptop
2. Untuk Perangkat Lunak (*Software*)
 - Sistem Operasi : Microsoft
 - Ms. Power Point
 - Media Sosial

Perencanaan kegiatan

Persiapan yang dilakukan dalam pelaksanaan pelatihan Pengabdian Kegiatan Kepada Masyarakat ini yaitu :

1. Tahapan Persiapan

- a. Observasi. Yakni tim penulis melakukan pengamatan langsung ke lokasi tempat kegiatan berlangsung yakni pada anggota umkm momoci dessert
- b. Wawancara. Yakni penulis menemui pemilik umkm momoci dessert sebagai untuk silaturahmi dan koordinasi berkaitan dengan materi yang akan dibahas pada kegiatan ini.
- c. Studi Dokumen. Yakni pengumpulan dokumen-dokumen berkaitan dengan kegiatan pelaksanaan pengabdian.

2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan yaitu, pada tanggal 12 Desember 2024. Kegiatan bertempat di UMKM Momoci Dessert pada Pukul 08.00 s/d 11.00 wib untuk penyampaian materi dan simulasi praktik penggunaan Media Sosial. Materi pelatihan diberikan kepada para peserta dengan menggunakan kertas simulasi praktik sehingga peserta bisa langsung menerapkan materi yang telah disampaikan.

3. Tahapan Akhir

Tahapan ini yakni pembuatan laporan PKM yang telah dilakukan, dan mengumpulkan laporannya ke LPPM Universitas Dinamika Bangsa.

3. Hasil DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Kegiatan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 12 Juli 2024, dimana kegiatan tersebut adalah pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan penulis. Pelaksanaan kegiatan ini dalam bentuk ceramah, praktik, dan tanya jawab yang berkaitan dengan *promosi* dan penggunaan *social media*. Pelatihan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh 4 dosen UNAMA yang bertanggung jawab sebagai narasumber dan 1 dosen dan 1 mahasiswa orang mahasiswa yang bertanggung jawab membantu mempersiapkan kegiatan, serta membantu jalannya kegiatan, para Anggota UMKM Momoci Dessert sebagai peserta.

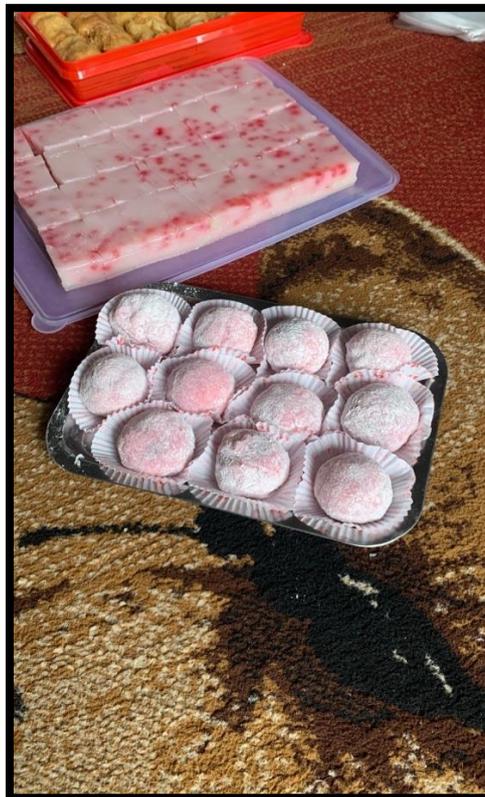
Tanggapan Peserta

dalam pelaksanaan ini Anggota UMKM Momoci Dessert, yang menjadi peserta dapat mengetahui bahwa pengaplikasian *promosi* dan media social dapat dilakukan untuk memudahkan dalam promosi bisnis dan akhirnya nanti untuk memudahkan implementasinya di bagian pemasarannya nanti peserta juga mengutarakan bahwa melalui pelatihan ini mereka menjadi lebih mudah dan merasa media social sangat membantu dalam berwirausaha. Para peserta juga menunjukkan antusias yang luar biasa, hal ini terlihat dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh para peserta pada saat proses diskusi berlangsung dan antusiasme dalam mengikuti praktik memanfaatkan aplikasi *media social*

Harapan Peserta

Harapan peserta berharap pelatihan media social untuk meningkatkan promosi pada UMKM momoci dessert dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih mendalam tentang cara menggunakan media social yang baik untuk promosi.

Peserta sangat antusias karena pemberian materi disertai simulasi atau praktik langsung. Peserta juga menginginkan pelatihan seperti ini terus berlangsung kedepan untuk keberlanjutan memaksimalkan usahanya nanti.



4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan.

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Dengan kegiatan pelatihan ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan kepada para Anggota UMKM Momoci Dessert sebagai peserta tentang Promosi dan penggunaan aplikasi *media social* untuk bisnis mereka.
2. Dengan adanya kegiatan pelatihan ini memberikan peserta pemahaman penggunaan pentingnya promosi dan penggunaan *media social* pada bisnis mereka.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Perlu adanya pelatihan promosi dan penggunaan *media social* sejenis yang dilakukan sehingga dapat memberikan kebermanfaatan yang lebih luas dalam hal bisnis
2. Perlu adanya sinergitas dengan dosen, dan institusi perdagangan untuk memperluas pengetahuan promosi dan penggunaan *media social* kepada masyarakat, sehingga mereka dapat memaksimalkan bisnisnya dalam hal promosi produknya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Yayasan Dinamika Bangsa Jambi yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Pemanfaatan Sosial Media Instagram Pemasaran Dalam Upaya Promosi Produk Umkm Pada Usaha Momoci Dessert, dapat berjalan dengan baik dan lancar, dan terima kasih juga kepada UMKM momoci Dessert yang telah menyediakan tempat sarana dan prasarana demi mewujudkan kegiatan ini berjalan dengan sukses

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D. (2020). Efektivitas Digital Marketing Dan Networks Dalam Mendongkrak Kinerja Pemasaran UKM Di Masa Pandemi Covid-19. *SENABISMA: Seminar Nasional Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(7), 50–61.
- Cao, & dkk. (2018). Using social media for competitive business outcomes: An empirical study of companies in China. *Journal of Advances in Management Research*, 15(2), 211–235. <https://doi.org/10.1108/JAMR-05-2017-0060>
- Nuraini, H., Avi, R., Azizah, N., & Jordi, M. R. (2023). Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Guna Meningkatkan Segmentasi Pasar Pada UMKM Batik New Colet Jombang. *Welfare: Jurnal ...*, 1(2), 270–276. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/377%0Ahttps://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/download/377/301>
- Pratama, R. S., Haque, M. H., Ardianta, A., Arumsari, D. N., & Evanthy, A. (2022). Pelatihan promosi dan pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan umkm di kota surabaya. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 118–124.
- Suprayitno, H., Elvianita, D., & Balitar, U. I. (2017). *Pengenalan e-marketing untuk meningkatkan hasil penjualan umkm blitar 1. Hapemas 2.*
- Syafutri, F., Handayani, E., Vebiyanti, A., & Suyatna, R. G. (2024). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Durian Woke: Studi Kasus Konten Digital Cafe Durian Woke Taktakan. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 17–25.
- Tafesse, W., & Wien, A. (2018). Implementing social media marketing strategically: an empirical assessment. *Journal of Marketing Management*, 34(9–10), 732–749. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1482365>