

UPAYA PENGEMBANGAN UMKM KELURAHAN KEDUNG BARUK MELALUI WORKSHOP INSTAGRAM BUSINESS SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL

**Riva Dika Adhilni^{1*}, Netta Aprillia Andaresta Putri², Amelia Hilda Risky Jenny Eden³,
Tegar Mohamad Arif Wicaksono⁴, Tiska Khoirotun Nisa⁵, Praja Firdaus Nuryananda⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

email: 20042010236@student.upnjatim.ac.id

Abstrak: Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk baik barang ataupun jasa dengan menggunakan media digital atau internet (Rachmadi & Kom, 2020). Tujuan dari kegiatan digital marketing selain untuk menarik perhatian konsumen serta calon konsumen, digital marketing juga sekaligus dapat meningkatkan awareness produk dan loyalitas pelanggan. Adapun salah satu manfaat yang nanti akan didapatkan yaitu dapat meningkatkan penjualan dan citra UMKM. Metode yang digunakan pada kegiatan KKN Tematik Kelompok 82 ini melalui beberapa alur tahapan yaitu : (1) Mengadakan kegiatan Workshop Digital Marketing. (2) Melakukan pendampingan dan pelatihan (3) Melakukan pemantauan terkait dengan pendampingan yang dilakukan oleh Kelompok 82.

Kata kunci: Instagram, Pemasaran digital, UMKM

Abstract: Digital marketing is a marketing activity or promotion of a product, either goods or services using digital media or the internet (Rachmadi & Kom, 2020). The purpose of digital marketing activities is to attract the attention of consumers and potential customers, digital marketing can also increase product awareness and customer loyalty. One of the benefits that will be obtained later is that it can increase sales and the image of MSMEs. The method used in the Group 82 Thematic KKN activities through several stages, namely: (1) Holding a Digital Marketing Workshop activity. (2) Conducting mentoring and training (3) Conducting monitoring related to assistance carried out by Group 82.

Keywords: Instagram, Digital marketing, MSME

How to Cite: Adhilni, R.D., et.al. 2023. Upaya Pengembangan UMKM Kelurahan Kedung Baruk melalui Workshop Instagram Business sebagai Media Promosi Digital. *JCOS: Journal of Community Service*. Vol. 1 (3): pp. 137-145, doi: <https://doi.org/10.56855/jcos.v1i3.476>

Pendahuluan

Kemajuan teknologi yang pesat di era serba modern ini tentunya sangat membantu berjalannya semua kegiatan dalam kehidupan. Teknologi yang canggih dapat menciptakan suatu peluang untuk berbagai bidang, khususnya pada bidang kewirausahaan. Bidang kewirausahaan tentunya memerlukan berbagai usaha untuk menjalankan serta mengembangkannya. Salah satu upaya dalam mewujudkan usaha tersebut yaitu melalui digital marketing. Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran atau promosi sebuah produk baik barang ataupun jasa dengan menggunakan media digital atau internet (Rachmadi & Kom, 2020). Tujuan dari kegiatan digital marketing selain untuk menarik perhatian konsumen serta calon konsumen, digital marketing juga sekaligus dapat meningkatkan awareness produk dan loyalitas pelanggan. Seperti yang kita ketahui, di masa sekarang penerimaan teknologi dan internet pada lingkup masyarakat dapat tersebar secara luas dan cepat sehingga sangat memungkinkan penggunaan digital marketing akan selalu berkelanjutan. Adanya media digital sebagai alat bantu promosi bagi usaha-usaha pada bidang

kewirausahaan sangat bermanfaat dikarenakan segala fitur yang tersedia pada media digital dapat memberikan berbagai informasi terkait usaha kita. Salah satu media digital yang dapat digunakan sebagai alat bantu promosi usaha adalah Instagram. Media Instagram dapat digunakan untuk mengenalkan sekaligus memasarkan produk atau jasa yang kita miliki. Fitur yang dapat digunakan yaitu memposting foto dan video produk melalui feeds Instagram, Instagram story, serta Reels Instagram. Fitur lainnya yaitu juga dapat mencantumkan berbagai informasi terkait usaha pada bio dan profil akun Instagram. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur Instagram Business yang dikhususkan bagi para pelaku usaha agar bisa dibedakan berdasarkan kategori keperluan penggunaan akunnya. Berdasarkan keterangan tersebut, maka para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di mana skalanya lebih kecil harus mulai memanfaatkan adanya media sosial Instagram demi membantu mengembangkan UMKM yang dimiliki. Adapun salah satu manfaat yang nanti akan didapatkan yaitu dapat meningkatkan penjualan dan citra UMKM.

Kelurahan Kedung Baruk merupakan salah satu kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Kelurahan Kedung Baruk memiliki $\pm$ 150 UMKM yang mana kategori produk/jasa yang ada juga sangat beragam mulai dari bidang makanan dan minuman, kerajinan seperti sandal, tas, dan kotak tisu, serta produk dan jasa yang lainnya. Secara garis besar, UMKM yang ada di Kelurahan Kedung Baruk sudah memiliki akun Instagram, namun banyak yang belum mampu mengelolanya dengan baik seperti ada yang masih jadi satu dengan akun pribadi dan banyak juga yang belum mampu mengoperasikan serta menerapkan promosi usahanya melalui pembuatan konten dengan baik dan benar dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki. Dengan demikian, diperlukan adanya pelatihan maupun workshop terkait bagaimana cara pengoptimalan penggunaan platform Instagram sebagai media promosi bagi UMKM yang ada di Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Di dalam kegiatan tersebut nantinya diharapkan agar para pelaku UMKM yang belum memiliki akun Instagram dapat memilikinya untuk membantu kegiatan promosi dan untuk para pelaku UMKM yang sudah memiliki akun Instagram dapat dibimbing untuk mengubahnya menjadi akun Instagram Business agar lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

Metode

Pemberdayaan SDM dan potensi kewirausahaan dan ekonomi kreatif yang berada di Kelurahan Kedung Baruk masih tergolong rendah dan kurang terarah secara maksimal. Faktanya banyak potensi dari berbagai UMKM yang seharusnya mampu untuk dikembangkan agar dapat meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM. Kegiatan KKN Tematik Kelompok 82 ini melibatkan UMKM-UMKM yang berada di Kelurahan Kedung Baruk. Kegiatan Workshop ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan juga meningkatkan kemampuan marketing bagi para pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 5 Juni 2023, dengan melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait.

Metode pelaksanaan yang digunakan pada kegiatan KKN Tematik Kelompok 82 melalui beberapa alur tahapan yaitu : (1) Mengadakan kegiatan *Workshop Digital Marketing*. (2) Melakukan pendampingan dan pelatihan (3) Melakukan pemantauan terkait dengan

pendampingan yang dilakukan oleh Kelompok 82. Kami berharap dengan adanya *workshop* serta pendampingan dari Kelompok 82 ini para pelaku UMKM mendapatkan ilmu. Pembinaan dan pelatihan dimulai dari memberikan dasar-dasar dan pemahaman pengguna media sosial sebagai alat marketing hingga pelaku UMKM dapat menggunakannya secara berkelanjutan.

Tahap pertama, mengadakan kegiatan *workshop digital marketing*. Dalam workshop menjelaskan apa itu *digital marketing*, dan pentingnya strategi pemasaran digital bagi para pelaku UMKM. Selama *workshop* berlangsung para pelaku UMKM juga langsung mempraktikkan apa yang dijelaskan oleh pemateri dan dibantu oleh anak-anak KKN Kelompok 82 serta pemateri.

Tahap kedua, melakukan pendampingan dan pelatihan di semua kegiatan, termasuk membuat akun media sosial dan pasar, dokumentasi produk lalu menerbitkan di media sosial, memperoleh foto produk. Bentuk pendampingan yang dilakukan adalah dengan memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM melakukan hasil pelatihan yang diperlukan untuk penilaian terhadap hasil yang telah dilaksanakan. Selama pelatihan dan pendampingan pelaku UMKM bebas menggunakan fasilitas yang ada dari Kelompok 82.

Tahap ketiga, melakukan pemantauan terkait dengan pendampingan dan pelatihan yang dilakukan. Pada tahap ini dilakukan uji praktik kepada pelaku UMKM, mulai dari dokumentasi produk, menerbitkan ke media sosial, serta praktik yang telah dilakukan pada saat *workshop digital marketing* terkait strategi pemasaran. Pengamatan penilaian perlu dilakukan untuk mengetahui kesiapan pelaku UMKM menggunakan digital marketing setelah pelatihan dan pendampingan selesai. Harapannya adalah para pelaku UMKM siap untuk menerapkan digital marketing.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan *Workshop* yang diselenggarakan di Pendopo Kelurahan Kedung Baruk, Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya ini dihadiri oleh 20 UMKM dari Kelurahan Kedung Baruk. Berdasarkan data & wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan satu keluhan dari para mitra yakni sulitnya pemasaran produk UMKM secara online. Oleh sebab itu, dibuatlah *Workshop* serta pelatihan pemasaran melalui media sosial Instagram untuk meningkatkan penjualan produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Kegiatan ini sangat diperlukan oleh mitra karena dengan mengikuti pelatihan pemasaran, mitra dapat mengetahui bagaimana teknik pemasaran produk mereka melalui Instagram. Kebutuhan konsumen terhadap barang dan jasa saat ini semakin meningkat. Sehingga membuat para konsumen mempunyai keinginan untuk mendapatkan barang dan jasa secara mudah, yaitu melakukan belanja secara online.

Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan untuk memasarkan produk secara online karena mengandalkan foto dan video sebagai media yang utama dengan terus mengembangkan fitur-fiturnya untuk mendukung para pelaku usaha yang memasarkan produknya di Instagram. Seperti adanya fitur *Meta for Business* yang bermanfaat untuk memaksimalkan penggunaan akun Instagram sebagai bisnis. Pengguna Instagram dapat mengubah akun yang sebelumnya akun pribadi menjadi akun bisnis. Fitur akun bisnis ini dinilai lebih lengkap dibandingkan dengan akun pribadi dikarenakan dalam fitur bisnis ini

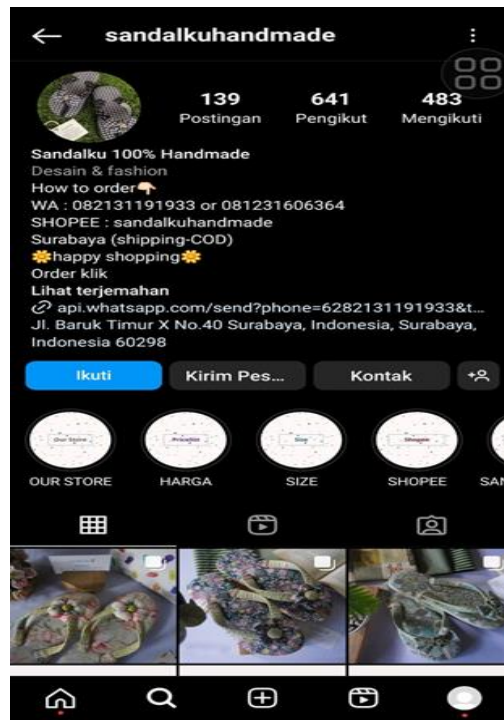
menjadikan promosi usaha lebih mudah. Adanya fitur insight yang merupakan fitur untuk mengetahui jumlah pengunjung profil akun, mengetahui jumlah pengikut, dan lainnya. Selain itu fitur *Meta for Business* ini juga terdapat fitur email dan nomor telepon pemilik yang berguna bagi pelanggan yang ingin menghubungi pemilik akun dengan mudah.



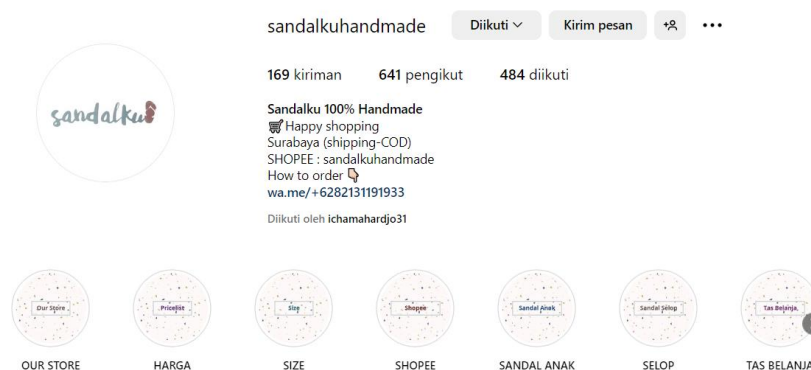
Gambar 1. Kegiatan Workshop Digital Marketing melalui *Instagram Business*

Kegiatan selanjutnya ialah pendampingan kepada mitra untuk mengubah akun Instagram pribadi menjadi akun bisnis. Dalam pelatihan ini mitra diberikan pemahaman bagaimana mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis. Dalam pelatihan ini mitra diharapkan dapat mengoptimalkan penggunaan digital marketing Instagram untuk pemasaran produk usaha mereka menggunakan akun Instagram bisnis. Berikut cara merubah akun instagram pribadi menjadi akun instagram bisnis:

- a. Masuk atau login ke akun Instagram
- b. Buka menu "profile", kemudian klik "tiga garis" yang ada di pojok kanan atas
- c. Pilih menu "pengaturan", kemudian klik menu "akun"
- d. Lalu gulir hingga bagian bawah untuk menemukan "Beralih ke Akun Bisnis" dan klik bagian tersebut, kemudian klik "lanjutkan"
- e. Pengguna Instagram akan diminta untuk menentukan akunnya masuk dalam kategori bisnis atau yang lainnya. Disitu pengguna Instagram bisa memilih kategori yang ingin digunakan untuk membuat promosi bisnisnya.
- f. Setelah memilih kategori bisnis, pengguna instagram akan diminta untuk melengkapi alamat email aktif dan nomor yang dapat dihubungi.
- g. Akun Instagram bisnis siap untuk digunakan



Gambar 2. Sebelum Akun Instagram UMKM @sandalkuhandmade Berubah Menjadi Akun Bisnis



Gambar 3. Setelah Akun Instagram UMKM @sandalkuhandmade Berubah Menjadi Akun Bisnis

Setelah melakukan pendampingan dengan mengubah akun Instagram pribadi menjadi akun Instagram bisnis, mitra didampingi untuk membuat konten promosi yang menarik dengan mengunggah atau membagikan foto dan video produk usaha mereka melalui feed dan story di Instagram yang didalamnya terdapat informasi-informasi tentang produk tersebut sebagai upaya soft selling atau penjualan tidak langsung. Berikut cara mengunggah foto atau video di feed Instagram:

- Masuk atau login ke akun Instagram.
- Buka menu "unggah" kemudian pilih foto atau video yang akan di post pada feed.
- Kemudian Klik "selanjutnya" sebanyak 2x pada pojok kanan atas.

- d. Beri caption / keterangan dan bisa menambahkan lokasi dan menandai orang dalam unggahan.

Harapannya adalah dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk usaha. Karena dalam fitur Feed Instagram foto dan video yang dibagikan dapat diakses atau dilihat oleh para pengguna Instagram lainnya. Selain itu feed ini terdapat fitur like, comment, share, hashtag, dan caption. Caption tersebut berisi tentang deskripsi foto atau video yang diunggah.

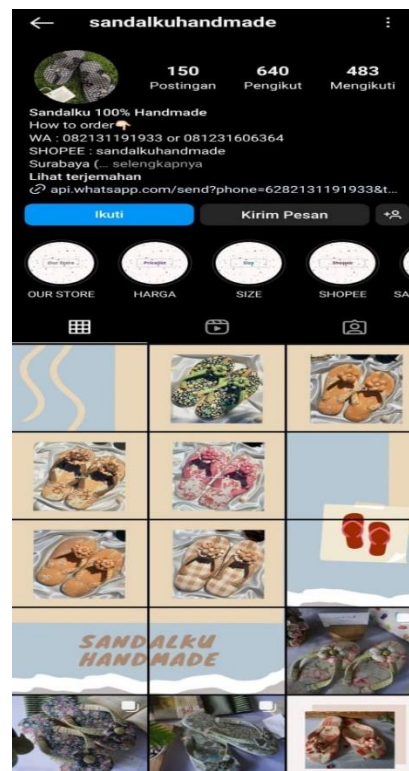


Gambar 4. Mengunggah foto dalam fitur feed Instagram

Tidak hanya melakukan pendampingan konten difitur feed instagram saja, tetapi juga berusaha untuk membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas foto dan video yang terdapat pada Instagram. Ada 3 UMKM yang telah kami dampingi untuk photo shoot yakni UMKM Sandalku Handmade, UMKM Penyetan Cak Uus & UMKM Pempek D&G. Usaha yang dimiliki oleh UMKM Sandalku merupakan usaha kerajinan tangan yang menggunakan bermacam-macam kain motif sebagai bahan pelindung sandal sehingga sandal yang pada mulanya hanya sandal biasa, dapat diubah menjadi sandal yang sangat menarik untuk dipakai. Dalam usaha ini tidak hanya menjual sandal tetapi juga menjual tempat tisu, pouch, dan tas mini. Bermodalkan teknologi tepat guna mini studio sederhana, produk pilihan UMKM diseleksi untuk difoto sesuai dengan kebutuhan promosi.



Gambar 5. Sebelum dilakukan pendampingan



Gambar 6. Setelah dilakukan pendampingan

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kualitas photo sebelum dan sesudah pendampingan yang sangat signifikan, yaitu meningkatnya kualitas photo yang ditampilkan di laman Instagram UMKM setelah photo shoot.

Photo display yang berkualitas akan berdampak pada meningkatnya minat calon pembeli & bertindak sebagai pemikat sesuai dengan konsep AIDA (attention, interest, desire, dan action). Model ini menurut Kotler, merupakan model yang lazim digunakan untuk membantu merencanakan suatu iklan secara holistik sehingga dapat mempengaruhi purchase decision konsumen (Fatmawati, 2018).

Kegiatan terakhir yaitu pemantauan kepada para pelaku UMKM terkait dengan pendampingan dan pelatihan yang telah dilakukan sebelumnya dengan menguji praktik secara langsung seperti meng shot foto dan video yang akan dibuat konten, mengunggah atau membagikan foto dan video kedalam instagram, membuat caption yang menarik disertakan dengan hastag yang relevan terhadap konten. Pemantauan tersebut dilakukan dengan harapan mengetahui kesiapan para pelaku UMKM dengan menggunakan digital marketing sebagai media promosi produk secara digital.

Kesimpulan

Kegiatan yang dilaksanakan oleh KKN Tematik Kelompok 82 Kedung Baruk, dengan tujuan memberikan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan marketing bagi para pelaku UMKM dan untuk menarik perhatian konsumen serta calon konsumen, sekaligus dapat meningkatkan awareness produk dan loyalitas pelanggan telah berhasil diselenggarakan dengan lancar hal ini tercerminkan oleh antusias para peserta dalam mengikuti kegiatan ini, seperti mencatat materi yang disampaikan, lalu aktif bertanya ketika sesi praktik langsung penggunaan media instagram, dsb. Kegiatan yang dilakukan dengan sasaran para pelaku UMKM di Kelurahan Kedung Baruk dalam pelaksanaannya memiliki beberapa tahapan. Tahapan pertama dengan pemaparan materi mengenai digital marketing yang disampaikan secara langsung oleh Praktisi dosen UPNVJT Raden Johnny Hadi Raharjo, S.E., MM, tahap kedua dilanjutkan dengan pendampingan kepada mitra untuk melakukan praktik secara langsung dalam mengubah akun Instagram pribadi menjadi akun bisnis. Dalam pelatihan ini mitra diberikan pemahaman bagaimana mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis. Tahap ketiga, sesi tanya jawab langsung oleh para pelaku UMKM dengan narasumber terkait digital marketing. Terakhir masuk ke sesi kuis dengan pertanyaan dari narasumber langsung, para pelaku UMKM yang dapat menjawab diberi reward berupa sembako. Saran sekaligus harapan kami adalah kedepannya diharapkan para pelaku UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan digital marketing Instagram untuk pemasaran produk usaha mereka dengan menggunakan akun Instagram bisnis sekaligus fitur-fitur yang ada pada instagram.

Referensi

- A, H. (2019). Pelatihan Digital Markeing Usaha Mikro Kecil dan Menengah. In H. Karawang: J-Dinamika.
- The Power Of Digital Marketing. (2020). In T. Rachmadi, *The Power Of Digital Marketing*. Tiga Ebook.
- Andesty, Shelly Ayu. 2023. "Literatur Review : Analisis Usaha Undangan Digital Serta Penggunaan

- Media Sosial Sebagai Media Promosi." 1(2).
- Bondowoso, K. A. B. 2022. "Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Digital Desa Wisata Alassumur." 3(April):68–78.
- Dunia, Bagi, Bisnis Di, and E. R. A. Society. 2023. "Analisis Sarana Promosi Media Sosial Dan E-Wom Sebagai Digital Marketing Yang Efektif Bagi Dunia Bisnis Di Era Society 5.0." 5(April):148–62.
- Gawade, Ms. Sonal. 2019. "Fostering Innovation, Integration and Inclusion through Interdisciplinary Practices in Management." *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* Special Is(Special Issue-FIIIPM2019):91–94. doi: 10.31142/ijtsrd23072.
- Izaak, W. C., G. I. Pratama, F. D. Nurdianty, and ... 2022. "Optimalisasi Digital Marketing Melalui Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Medokan Semampir Kota Surabaya." *Karya Unggul ...* 1:152–60.
- Mansir, Firman dan Halim Purnomo. 2021. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing Dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 Di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul." *Abdimas Singkeru* 1(1):39-50.
- Sawicki, Artur. 2016. "Τι Είναι Το Νευρομάρκετινγκ Και η Σχέση Με Το Digital Marketing;" 48:82–88.
- Sulastri, Fitri, Amelia Nur Fariza, Weni Tri Sasmi, Universitas Buana, Perjuangan Karawang, and Teknik Industri. 2022. "USULAN PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING DAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI." 2134–45.