



Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan *Online* Di UMKM Desa Serdang Kulon

Andry Septianto¹, Heri Muryanto², Agus Taufik³

^{1,2,3}*Universitas Pamulang*

E-mail : dosen01303@unpam.ac.id, dosen00913@unpam.ac.id, dosen01301@unpam.ac.id

ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari kita. Salah satu platform media sosial yang paling populer saat ini adalah Instagram. Instagram merupakan platform yang sangat efektif untuk melakukan promosi penjualan online. Dengan jumlah pengguna yang besar dan beragam, Instagram dapat menjadi wadah yang sempurna untuk menjangkau calon pelanggan potensial yang dimana bias membantu masyarakat dan pelaku UMKM Desa Serdang Kulon dalam melakukan promosi penjualan online dan meningkatkan jangkauan pelanggan ideal terhadap digitalisasi UMKM agar bisa mengembangkan produk UMKM dengan mengoptimalkan penggunaan Social Media Marketing (SMM) berupa tata cara pembuatan akun Instagram bisnis. Penting untuk mencatat bahwa promosi penjualan online di Instagram juga memerlukan pengelolaan yang baik. Pengguna perlu memperhatikan konsistensi dalam brand image, merespon komentar atau pesan dari calon pelanggan dengan cepat, dan memantau performa promosi mereka melalui fitur statistik yang disediakan oleh Instagram.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Sosial Media Marketing, Instagram, UMKM.

ABSTRACT

With the rapid development of technology, social media has become an inseparable part of our daily lives. One of the most popular social media platforms today is Instagram. Instagram is a highly effective platform for conducting online sales promotions. With a large and diverse user base, Instagram can be the perfect channel to reach potential customers, thereby assisting the community and UMKM players in Desa Serdang Kulon in conducting online sales promotions and expanding the ideal customer reach towards UMKM digitalization by optimizing the use of Social Media Marketing (SMM) through the procedures for creating business Instagram accounts. It is important to note that online sales promotion on Instagram also requires good management. Users need to pay attention to consistency in brand image, respond to comments or messages from potential customers quickly, and monitor the performance of their promotions through the statistical features provided by Instagram.

Keywords: Digital Marketing, Social Media Marketing, Instagram, UMKM

PENDAHULUAN

SMM menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam mengembangkan bisnis UMKM. Dalam sosialisasi, pelaku UMKM di Desa Serdang Kulon akan diberikan pengetahuan mengenai strategi dan teknik pemasaran melalui media sosial Instagram. Para pelaku UMKM tersebut juga diajak untuk membuat akun bisnis yang profesional di platform media sosial yang dapat menarik perhatian konsumen potensial. Sosialisasi penggunaan SMM melalui pembuatan akun bisnis di media sosial adalah langkah yang penting untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai potensi dan manfaat yang dapat diperoleh melalui platform media sosial. Langkah ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM untuk dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif dalam melakukan promosi penjualan secara online.

Pemerintah Desa Serdang Kulon, sehingga menjadi desa terbaik se-Indonesia, antara lain adalah pelatihan Kelompok Tani (Poktan) Sadulur,

Gerakan Sayang Ibu (GSI), dan pelatihan bidang perbengkelan. Sebagian masyarakat desa ini juga ada yang menekuni pertanian, dan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Oleh karena itu, SMM dapat membantu masyarakat dan pelaku UMKM Desa Serdang Kulon dalam melakukan promosi penjualan online dan meningkatkan jangkauan pelanggan ideal terhadap digitalisasi UMKM agar bisa mengembangkan produk UMKM dengan mengoptimalkan penggunaan Social Media Marketing (SMM) berupa tata cara pembuatan akun Instagram bisnis.

SMM merupakan serangkaian aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktok yang sedang tren di tahun 2023. Dengan menggunakan salah satu SMM berupa Instagram bisnis, pelaku UMKM dapat mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan kepada target pasar secara lebih luas dan efektif sesuai dengan konsep buyer journey. Konsep buyer journey ini berfungsi untuk mengetahui strategi yang dipakai oleh UMKM yang

dimana terdiri dari dua jenis strategi, yakni strategi branding dan strategi selling. Dalam penentuan strategi penjualan online tersebut dijadikan acuan untuk penggunaan kata kunci yang tepat sehingga bisa meningkatkan jangkauan pelanggan ideal. Selain itu, ingin mengajak masyarakat untuk mendapatkan penyuluhan mengenai penggunaan Social Media Marketing (SMM) pada UMKM masyarakat Desa Serdang Kulon sehingga bisa meningkatkan promosi penjualan online serta tindakannya terhadap penerapan teknologi sebagai bentuk partisipasi pada program UMKM Digital dari pemerintah Indonesia.

METODE

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan Penyuluhan dan Penyadaran serta Simulasi Pelatihan. Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada sebagian masyarakat Desa Serdang Kulon yang dikemas dengan nama kegiatan “Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Online Di UMKM Desa

Serdang Kulon Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang Provinsi Banten”. Sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya memanfaatkan SMM dalam menghadapi digitalisasi sehingga masyarakat dan pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi pasar dan meningkatkan kinerja bisnis yang tepat.

Evaluasi kegiatan dilakukan setelah kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat Desa Serdang Kulon Karawaci yaitu dengan cara mengisi instrument yang disiapkan oleh TIM PKM terkait bagaimanakah tanggapan Masyarakat Desa Serdang Kulon Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang, terhadap kegiatan PKM yang dilakukan oleh Tim Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang. Melalui kegiatan sosialisasi PKM ini diharapkan seluruh Masyarakat Desa Serdang Kulon dan pelaku UMKM dapat memanfaatkan SMM seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan lainnya sebagai alat yang efektif untuk menghadapi digitalisasi dan meningkatkan keberhasilan bisnis serta mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh dengan baik sehingga dapat berkontribusi positif dalam

mengembangkan usaha ke sektor penjualan secara digital marketing agar bisa menjangkau calon pelanggan secara lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi bisnis yang tidak efektif akan membawa kerugian bagi pelaku bisnis. Hal ini menjadi tantangan besar bagi pelaku UMKM yang menjual produk hanya dari toko fisik. Dampak revolusi industri 4.0 tentu akan sangat berpengaruh terhadap pelaku UMKM yang belum melek terhadap teknologi. UMKM yang masih berjalan secara manual tentu akan terkubur dengan adanya e-commerce yang secara aktif menarik pelanggan untuk berbelanja secara online apalagi pada masa pandemi seperti saat ini. Pendampingan penggunaan sosial media bagi UMKM ini membekali pemilik usaha agar memiliki kemampuan menggunakan Social Media Marketing (SMM) seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan lainnya secara optimal sehingga dapat memasarkan produk maupun jasa secara lebih luas, yang pada akhirnya terjadi peningkatan omset dalam penjualan (Susilowati, 2022).

Desa Serdang Kulon berada di wilayah kecamatan panongan mempunyai

penduduk sebanyak 12.870 jiwa. Menurut riwayat asal kata Serdang Kulon adalah: Serdang yang berarti menyeberang dan Kulon yang berarti Batar. Serdang Kulon artinya menyeberang sungai Cirarab ke arah Kulon untuk menghindari penjajah. Desa Serdang Kulon mulai berdiri tahun 1940 dengan di kepalai seorang Kepala Desa yang dipilih rakyat. Berdasarkan hasil pendekatan awal dengan masyarakat diperoleh informasi, bahwa Desa Serdang Kulon di Kecamatan Panongan ditetapkan sebagai desa percontohan untuk program pemberdayaan masyarakat desa. Selanjutnya, untuk menghadapi digitalisasi di era saat ini, penting bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Serdang Kulon, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten untuk memanfaatkan Social Media Marketing (SMM). Berikut ini adalah kegiatan penyuluhan dan sosialisasi SMM, antara lain:

1. Pengenalan Social Media Marketing (SMM), yang akan menggambarkan apa itu SMM, bagaimana SMM dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar, serta

- manfaat lain yang dapat diperoleh dari penggunaan SMM.
2. Memilih Platform Sosial Media yang Tepat, yang akan membantu UMKM untuk memilih platform sosial media yang paling sesuai dengan target pasar dan karakteristik bisnis mereka. Beberapa platform sosial media yang akan dijelaskan meliputi Facebook, Instagram, Tiktok, dan LinkedIn.
 3. Pembuatan Konten yang Menarik, yang akan memberikan tips dan trik untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan, yang dapat menarik minat pengguna sosial media dan meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan.
 4. Membangun Brand Awareness, yang akan membahas strategi untuk membangun brand awareness melalui sosial media, seperti penggunaan logo yang konsisten, pemberian pembaruan terkini, dan memanfaatkan fitur-fitur unik yang disediakan oleh platform sosial media.
 5. Menganalisis Hasil dan Optimasi, yang akan menjelaskan pentingnya menganalisis hasil dari upaya SMM, serta bagaimana melakukan

perubahan atau penyesuaian strategi untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Instagram Bisnis adalah fitur yang disediakan oleh Instagram untuk pengguna yang ingin menggunakan platform ini untuk keperluan bisnis. Dengan menggunakan Instagram Bisnis, pengguna dapat mengakses sejumlah fitur tambahan yang tidak tersedia dalam akun pribadi, seperti statistik pengunjung, tombol kontak, dan kemampuan untuk mempromosikan postingan. Dalam menggunakan Instagram Bisnis, pengguna perlu memperhatikan beberapa hal. Pertama, pengguna perlu mengoptimalkan profil bisnis mereka dengan mengisi informasi yang relevan dan menarik, termasuk deskripsi bisnis dan alamat email yang dapat dihubungi. Kedua, pengguna perlu memanfaatkan fitur statistik untuk melacak performa postingan mereka dan memahami lebih dalam tentang audiens mereka. Ketiga, pengguna juga dapat memanfaatkan fitur promosi untuk memperluas jangkauan postingan mereka dan menargetkan audiens yang lebih spesifik.

Untuk membuat akun Instagram Bisnis, pengguna perlu mengikuti beberapa langkah sederhana. Pertama,

pengguna perlu mengunduh aplikasi Instagram dan mendaftar dengan menggunakan alamat email atau nomor telepon mereka. Setelah itu, pengguna perlu mengisi informasi profil mereka, termasuk nama bisnis, foto profil, dan deskripsi bisnis yang menarik. Setelah akun Instagram Bisnis sudah dibuat, pengguna dapat mengakses berbagai fitur tambahan yang akan membantu meningkatkan kehadiran online bisnis mereka. Misalnya, pengguna dapat menggunakan fitur tombol kontak untuk memudahkan pelanggan menghubungi mereka. Pengguna juga dapat menggunakan fitur statistik untuk melacak performa postingan mereka dan memahami lebih lanjut tentang audiens mereka. Pembuatan akun Instagram Bisnis juga memberikan kesempatan untuk membangun merek bisnis yang kuat dan konsisten. Pengguna perlu memperhatikan desain dan estetika branding mereka dalam setiap postingan, serta menggunakan hashtag yang relevan dan menarik agar konten mereka dapat ditemukan oleh pengguna lain.

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan untuk melakukan promosi iklan gratis di Instagram. Pertama, pengguna

dapat menggunakan hashtag yang populer dan relevan dalam postingan mereka agar konten mereka dapat ditemukan oleh pengguna lain yang tertarik dengan topik atau kategori yang sama. Kedua, pengguna dapat memanfaatkan fitur cerita untuk menandai atau menyebutkan akun lain yang terkait dengan konten mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan keterlibatan dan mendapatkan eksposur lebih dari pengikut akun lain. Selain itu, pengguna juga dapat memanfaatkan fitur pengaturan privasi mereka untuk meningkatkan kemungkinan postingan mereka muncul dalam eksplorasi atau feed pengguna lain. Misalnya, pengguna dapat mengatur akun mereka menjadi terbuka atau menggunakan lokasi geografis dalam postingan mereka. Adapun cara untuk mengatur profile Instagram, yakni:

1. Nama dan Nama Pengguna, tidak harus sama;
2. Yang penting Nama, harus mencerminkan usaha, jasa atau sector usaha yang ditargetkan (niche);
3. Akun Instagram-nya hanya fokus pada kata niche tersebut;
4. Pilih niche (focus kepada branding) contoh: bisnis, wirausaha, online marketing, ikan, atau hasil laut;

5. Ubah jenis akun menjadi akun Instagram Bisnis;
6. Untuk banyak followers, pastikan Namanya menjelaskan focus niche nya.;
7. Pastikan logo akun nya menjelaskan focus niche itu;
8. Isi akun Instagram sesuai dengan focus niche nya, cek ricek melalui akun Instagram lain yang sesuai.

Membuat konten Instagram yang menarik adalah kunci untuk membangun kehadiran online yang kuat dan meningkatkan keterlibatan pengikut. Ketika membuat konten Instagram, penting untuk memperhatikan beberapa hal. Pertama, pengguna perlu memilih gambar atau video yang berkualitas tinggi dan menarik. Kedua, pengguna perlu mengatur tata letak konten yang menarik dan menggugah minat, misalnya dengan menggunakan grid postingan yang konsisten atau tema tertentu. Ketiga, pengguna perlu menulis caption yang informatif dan menarik, serta menggunakan hashtag yang relevan. Selain itu, pengguna juga dapat memanfaatkan berbagai fitur tambahan yang disediakan oleh Instagram untuk membuat konten yang lebih menarik.

Misalnya, pengguna dapat menggunakan fitur cerita untuk membagikan momen sehari-hari atau di belakang layar. Pengguna juga dapat memanfaatkan fitur IGTV untuk membagikan konten video yang lebih panjang atau tutorial. Promosi iklan gratis di Instagram dapat menjadi alternatif yang efektif dan hemat biaya untuk memperluas jangkauan konten dan meningkatkan keterlibatan pengikut.

KESIMPULAN

Instagram adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video dengan pengikut (netizen). Pengguna dapat mengunggah, mengedit, dan membagikan konten dengan mudah melalui aplikasi Instagram. Instagram juga menyediakan berbagai fitur seperti fitur cerita, IGTV, dan Direct Message yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan teman, keluarga, atau bahkan orang-orang baru dari seluruh dunia. Penggunaan Instagram sangat luas dan bervariasi sehingga instagram dapat dijadikan sebagai Solusi Pemasaran dan Penjualan, seperti menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan, memanfaatkan fitur visual

dan interaktif untuk membangun keterlibatan yang tinggi, dan bertransformasi dengan Instagram yang dimana UMKM dapat meraih sukses dengan menyusun strategi yang tepat dan konsisten.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Tim PKM Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang, Tim Mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang, Kepala Desa Serdang Kulon, dan penggerak UMKM Desa Serdang Kulon Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang Provinsi Banten serta pihak-pihak terkait yang telah mendukung terlaksananya kegiatan sosialisasi dengan tema “Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Online Di UMKM Desa Serdang Kulon Kecamatan Panongan Kabupaten Tangerang Provinsi Banten”.

REFERENSI

Abdurohim, D. (2021). Pengembangan UMKM. Bandung: PT. Refika Aditama.

Alfath, F. (2022, November). www.micromentor.org.

Chaffey, D. (2019). Digital Marketing. New York: Pearson.

Rafidah, N. N. (2023). Strategi Digital Marketing Dengan Instagram dan Tiktok Pada Butik Dot.Id. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Human Falah, 126-135.

Rakhmat, P. (2020). Viral Digital Marketing. Bandung: Informatika Bandung.

Ramadhan, B. (2020). Perkembangan Media Sosial yang Bisa Jadi Inspirasi Marketing Bisnismu. DKI Jakarta: Media Online TeknoIA.

Riwoe, F. L. (2022). Pendampingan Penggunaan Social Media Marketing Bagi UMKM Kota Bogor. Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan, 25-32.

Rizky, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Repurchase Intention Melalui Experiential Marketing dan Brand Trust. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 658.

Septianto, A. (2022). Modul Pelatihan Digital Marketing. Tangerang Selatan: LKPH Universitas Pamulang.

- Sudiman. (2023, September 28). Laporan Survei Desa Serdang Kulon. Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten.
- Susilowati, R. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Sonokuno Kitchen Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin ADMI*, 49-56.
- Wibowo, C. (2022). Materi Pelatihan Pemasaran Digital. DKI Jakarta: Micromentor Indonesia.
- Yansahrita. (2023). Konsep dan Teori Manajemen & Strategi Digital Marketing. DKI Jakarta: CV Adanu Abimata.
- Yanthi, P. E. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Promosi Digital Marketing Pada Crème Pastry di Denpasar Barat Tahun 2022. *Arthaniti Studies*, 16-24.