

PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM BAKSO OJO LALI DI PONDOK JAYA

Alfin Fadhillah Subari¹, Cindy Nela Ayunita², Dewi Utami Setyaningrum³, Meta Emilia⁴,
Muslichun⁵

Universitas Pamulang
alfin5850@gmail.com

ABSTRAK

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Pada tahun 2010, jumlah UMKM ada sekitar 52,8 juta dan pada tahun 2018 bertambah menjadi 64,2 juta usaha. Kenaikan jumlah ini membawa UMKM sebagai kontributor terbesar dalam produk domestik bruto (PDB) yaitu 60,3 persen. Menariknya lagi, melansir katadata, UMKM telah menyerap 97% dari total tenaga kerja dan 99% dari total lapangan pekerjaan. Mengingat semakin meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia dan berkembangnya fenomena pemasaran digital membuat kami sadar besarnya pengaruh positif bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan pendapatan usahanya. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat diadakan oleh Universitas Pamulang berbasis penyuluhan offline dengan langsung secara lisan memberikan kesempatan untuk bias berbagi ilmu pengetahuan terkait Pemasaran Digital. Dengan adanya kegiatan PKM berbasis penyuluhan offline terkait pemanfaatan pemasaran digital di harapkan agar : (1) UMKM di Indonesia terus berkembang (2) Memudahkan jalan bagi pelaku UMKM untuk cepat mewujudkan visi dan misi (3) Memudahkan informasi dan menambah jumlah konsumen di tengah pesatnya digitalisasi.

Kata kunci: UMKM Indonesia, Pelaku UMKM, Pemasaran Digital

ABSTRACT

Based on data from the Central Statistics Agency (BPS), MSMEs in Indonesia are experiencing growth every year. In 2010, the number of MSMEs was around 52.8 million and in 2018 it increased to 64.2 million businesses. The increase in the number brought MSMEs as the largest contributor to gross domestic product (GDP), namely 60.3 percent. Interestingly, launching the word data, MSMEs have absorbed 97% of the total workforce and 99% of the total employment. The growing number of MSMEs in Indonesia and the development of the digital marketing phenomenon, we are aware of the positive influence on MSMEs players to continue to increase their business income. Community Service Activities held by Pamulang University are based on offline counseling by verbally providing the opportunity to share knowledge related to Digital Marketing. With offline extension-based PKM activities related to the use of digital marketing, it is hoped that: (1) MSMEs in Indonesia will continue to grow (2) Make it easier for MSME players to quickly realize their vision and mission (3) Facilitate information and increase the number of consumers amidst rapid digitization.

Keywords: Indonesian MSMEs, MSME Players, Digital Marketing

PENDAHULUAN

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi dan lahirnya media social yang kian marak di seluruh dunia, salah satunya yaitu media social Instagram, saat ini Instagram digunakan bukan hanya untuk menyampaikan informasi pribadi melainkan bisa juga untuk media informasi UMKM, sehingga akan menguntungkan dan memudahkan pelaku UMKM untuk memasarkan produknya melalui media sosial yang bisa kita sebut sebagai pemasaran digital.

Pemasaran digital adalah pemasaran produk atau layanan dengan menggunakan teknologi digital melalui internet, media sosial, telepon seluler, atau media digital lainnya. Ini

juga merupakan istilah umum yang mencakup berbagai strategi pemasaran seperti Pemasaran Media Sosial, Pengoptimalan Mesin Telusur (SEO), dan Pemasaran Email. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti media cetak, papan reklame, dan TV, pemasaran digital pada dasarnya didorong oleh data. Banyak platform periklanan digital populer saat ini menyediakan akses ke laporan kampanye untuk analisis data yang komprehensif. Dengan kekuatan gabungan dari internet dan teknologi, Pemasar Digital saat ini dapat mengumpulkan dan menganalisis data dari perilaku pelanggan yang berbeda atau keterlibatan pengguna, memungkinkan mereka untuk memfasilitasi konten dan iklan yang lebih dipersonalisasi ke arah audiens yang ditentukan dengan jelas untuk keterlibatan dan hasil yang lebih baik.

Istilah UMKM secara umum berarti usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 sendiri membedakan usaha menjadi empat jenis, yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. kekayaan dan hasil penjualan UMKM diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 6.

Dengan memanfaatkan media sosial salah satunya Instagram maka akan banyak sekali pengaruh positif bagi keberadaan UMKM yang saat ini masih dalam tahap pengembangan. Salah satunya yaitu UMKM Bakso Ojo Lali di Pondok Jaya, Tangerang Selatan. UMKM Bakso Ojo Lali telah hadir sejak Tahun 2013 hingga saat ini sudah memiliki 3 cabang di daerah Tangerang Selatan. Dengan memaksimalkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai pemasaran digital terkhusus UMKM Bakso Ojo Lali Pondok Jaya maka ke depannya akan semakin lebih baik terutama dari segi pendapatan.

KAJIAN PUSTAKA

DEFINISI UMKM

Pengertian UMKM secara umum adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Yang mana ini merupakan satu model baru dalam kegiatan perniagaan atau perdagangan.

Ada juga yang mengartikan bahwa UMKM adalah suatu usaha perniagaan yang pengelolaannya dilakukan oleh individu atau perorangan serta badan usaha dengan lingkup kecil yang lebih dikenal dengan istilah mikro. Sedangkan definisi UMKM menurut para ahli yaitu :

a. Rudjito

Menurut rudjito UMKM adalah usaha kecil yang menjadi sarana bantuan untuk meningkatkan perekonomian bangsa. Pasalnya usaha ini ternyata bisa menjadi media untuk meningkatkan lapangan kerja serta menambah pasokan devisa negara melalui pajak

yang dikeluarkan dari badan tersebut.

b. Inna Primiana

Inna Primiana mengambil definisi tentang UMKM dari sudut pandang berbeda. Menurutnya UMKM adalah suatu aktivitas yang ada hubungannya dengan ekonomi dan perekonomian dalam bentuk pergerakan pembangunan Indonesia. Maka dari itu bidang usaha yang digariskan dalam sistem UMKM ada agribisnis, industri manufaktur, agraris serta peningkatan SDM.

KRITERIA UMKM

a. Usaha Mikro

Kriteria yang masuk UMKM pertama adalah usaha mikro. Yaitu suatu usaha atau perusahaan yang memiliki aset bersih usahanya kira-kira 50 juta perbulan. Biasanya untuk usaha jenis ini kekayaan yang berupa bangunan maupun perusahaan yang menjadi tempat usaha tidak masuk ke dalam kalkulasi.

b. Usaha Kecil

Usaha kecil juga merupakan kriteria dari sebuah badan usaha UMKM. Yang mana usaha kecil ini merupakan satu usaha yang dikelola oleh personal namun tidak tergolong sebagai badan usaha. Kekayaan usaha yang tergolong usaha kecil biasanya berada di bawah 300 juta per tahun. Ini merupakan kekayaan bersih yang sudah dikalkulasi secara sempurna.

c. Usaha Menengah

Sebuah badan usaha bisa disebut usaha menengah apabila laba bersih atau kekayaan aset dari perusahaan mencapai 500 juta perbulan. Namun sama dengan kriteria usaha yang lain kekayaan seperti tanah dan bangunan sebagai tempat usaha di dalam jenis ini juga tidak dimasukkan ke dalam kalkulasi.

TEORI TOPIK PERMASALAHAN

Mengingat semakin meningkatnya jumlah UMKM di Indonesia dan berkembangnya fenomena pemasaran digital membuat kami sadar besarnya pengaruh positif bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan pendapatan usahanya.. Ada beberapa topik yang dibahas pada PKM di Bakso Ojo Lali terkait Pemasaran Digital melalui Instagram yaitu :

- Mengoptimalkan Akun Instagram untuk kepentingan bisnis
- Mengoptimalkan Feed Instagram
- Strategi memanfaatkan Instagram stories
- Mengoptimalkan Instagram Live sebagai media promosi digital

- Mengoptimalisasi Instagram TV

METODE

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan pada program kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada masyarakat. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan adalah metode penjelasan, sharing, tanya jawab, diskusi dan praktek. Pada metode penjelasan, setiap instruktur menyampaikan materi secara langsung di depan audience tanpa bantuan proyektor dsb.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pelaksanaan

1. Metode pelaksanaan
 1. Menyiapkan materi oleh tiap tiap anggota PKM terkait materi
 2. Mempersiapkan peralatan yang mendukung kegiatan PKM
 3. Melaksanakan Tanya jawab selepas penyampaian materi secara lisan (offline)
 4. Mengakhiri kegiatan PKM dengan memberikan merchandise dan foto bersama owner Bakso Ojo Lali Pondok Jaya
2. Alat-alat yang digunakan
 - a) Handphone

Waktu dan Tempat

Kegiatan ini dilaksanakan pada bulan Februari di Bakso Ojo Lali Jl. Pondok Jaya, Kecamatan Pondok Aren, Kelurahan Pondok Jaya, Tangerang Selatan Dengan pelaksanaanya secara Offline

PEMBAHASAN

proses pelaksanaan yang kami lakukan selama kegiatan PKM kami dalam pelaksanaan pemanfaatan pemasaran digital menggunakan Instagram Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Bakso Ojo Lali Pondok Jaya, diantaranya adalah :

- Membuat proposal PKM sebagai pengajuan kegiatan PKM.
 - Mencari refrensi tentang Pemasaran Digital
 - Menyediakan bahan dan alat yang dibutuhkan pada saat pelaksanaan PKM
 - Meminta bantuan salah satu anggota untuk merecord proses pembuatan Vlog dan dokumentasi lainnya.
-

- Membuat Laporan Akhir PKM.

Banyak hal terjadi selama proses pelaksanaan kegiatan PKM, diantaranya :

- Dukungan moral yang diberikan oleh dosen pembimbing PKM yang telaten terhadap kami.
- Adanya laptop mempermudah kami untuk membuat proposal PKM beserta laporannya. Adapun waktu yang diberikan oleh kampus untuk pelaksanaan PKM di masa pandemi ini cukup Panjang dan tidak berbenturan dengan kegiatan lain karena dilaksanakan pada hari Minggu.

Berikut diikuti oleh beberapa faktor penghambat selama proses pelaksanaan kegiatan PKM, diantaranya adalah :

- Sesuai dengan judul PKM kami di sini tentang Pemanfaatan Pemasaran Digital Menggunakan Instagram Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Bakso Ojo Lali Pondok Jaya, memiliki hambatan seperti cuaca yang tiba-tiba berubah hujan pada saat mau ke tempat lokasi, sulitnya menentukan waktu yang tepat karena banyak anggota yang memiliki kegiatan lain seperti bekerja



Gambar 1.1. Banner kelompok pelaksana PKM mahasiswa Universitas Pamulang



Gambar 1.2. Pelaksanaan PKM Universitas Pamulang dilakukan secara offline



Gambar 1.3. Pemberian Merchandise Kepada Bakso Ojo Lali



Gambar 4.4. Foto Bersama Owner Bakso Ojo Lali Pondok Jaya

SIMPULAN

Hadirnya fenomena media sosial seiring cepatnya perkembangan zaman harus bias dimanfaatkan secara maksimal mulai dari mempromosikan produk, menjual produk, berbagi informasi kepada netizen atau warga internet dengan hanya hitungan detik. Maka dari itu saat ini agar UMKM dapat berkembang dan bertahan maka harus melibatkan media sosial seperti Instagram untuk terus bias bersaing dengan kompetitor. Sehingga pada akhirnya akan dapat mudah dalam mewujudkan visi dan misi usahanya

Hasil dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu para peserta khususnya Pemuda-Pemudi Karang Taruna Pemuda Pancasila Kembangan Selatan menjadi lebih mengerti, dan memahami serta mendapatkan ide, saran, dan strategi mengenai cara membuat masyarakat sekitar bisa patuh dan taat terhadap protokol kesehatan dan mampu menciptakan lingkungan yang sehat dan bersih serta memutus tali rantai penyebaran virus Covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada:

1. Universitas Pamulang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
3. Kepala Program Studi Manajemen yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini.
4. Alvin Praditya, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing dalam program PKM mahasiswa.
5. Owner Bakso Ojo Lali Pondok Jaya
6. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Pamulang
7. Berbagai pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://suryasemesta.com/kelebihan-serta-kekurangan-dari-pemasaran-tradisional-dan-pemasaran-online.html>
- <https://blog.amartha.com/umkm-pengertian-jenis-dan-perkembangannya-di-indonesia/#:~:text=Berdasarkan%20data%20dari%20Badan%20Pusat,menjadi%2064%2C2%20juta%20usaha.>
- <https://accurate.id/marketing-manajemen/pengertian-pemasaran-digital-dan-strateginya/>
- <https://accurate.id/bisnis-ukm/umkm-adalah/>
-