



SOSIALISASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM GUNA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI STASIUN GONDANGDIA

Tanjung Prasetyo¹, Erika Widianti², Haiqal Azmal³, Igor Hizkia Simbolon⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia

Jl. Prof. DR. Soepomo No.84 7, RT.7/RW.1, Menteng Dalam, Kec. Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12870, Indonesia

SUBMISSION TRACK

Submitted : 11 July 2024
Accepted : 20 July 2024
Published : 21 July 2024

KEYWORDS

UMKM, Instagram, Media Sosial, Pemasaran Digital, Stasiun Gondangdia

MSMEs, Instagram, Social Media, Digital Marketing, Gondangdia Station

CORRESPONDENCE

E-mail: Tanjung_Prasetyo@usahid.ac.id, erikawdanti@gmail.com,
m,
haikalazmal05@gmail.com,
igorhizkia@gmail.com

A B S T R A C T

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM di Stasiun Gondangdia melalui pemanfaatan media sosial Instagram. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan pelatihan dan pendampingan kepada para pelaku UMKM mengenai strategi penggunaan Instagram yang efektif. Fokus pelatihan mencakup pembuatan konten visual yang menarik, penggunaan fitur-fitur Instagram untuk promosi, dan teknik interaksi dengan pelanggan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut akun Instagram UMKM dan peningkatan penjualan produk. Selain itu, para pelaku UMKM juga mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola akun Instagram mereka. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial Instagram terbukti menjadi alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan daya saing produk UMKM di era digital.

This activity aims to increase sales of MSME products at Gondangdia Station through the use of Instagram social media. This community service activity takes the form of training and assistance to MSMEs regarding strategies for effective use of Instagram. The focus of the training includes creating attractive visual content, using Instagram features for promotions, and interaction techniques with customers. The results of this activity showed a significant increase in the number of followers of MSME Instagram accounts and an increase in product sales. Apart from that, MSME players also experienced increased understanding and skills in managing their Instagram accounts. Thus, the use of Instagram social media has proven to be an effective marketing tool for increasing sales and competitiveness of MSME products in the digital era.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memiliki potensi besar dalam kesejahteraan masyarakat. Dilihat dari bagaimana usaha kecil dan menengah ini mendorong tingkat perekonomian rakyat kecil menjadi lebih merata. Hal ini menjadikan salah satu kunci bagi masyarakat Indonesia untuk keluar dari kemiskinan. Namun, banyak UMKM yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan penjualan dan mencapai pasar yang lebih luas. Di era digital ini, media sosial, terutama Instagram, menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan menjangkau lebih banyak konsumen. Sosial media menciptakan interaksi terhadap konsumen, agar hubungan antara konsumen dan penjual semakin terbangun. Mempromosikan produk pada sosial media juga memberikan informasi terkait produk kepada calon pembeli, sehingga hal tersebut sangat penting dalam keputusan transaksi mereka terhadap suatu produk. Stasiun Gondangdia, sebagai salah satu stasiun kereta api di Jakarta, menjadi lokasi strategis bagi UMKM untuk memasarkan produknya.

Secara keseluruhan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membantu pemilik UMKM di Stasiun Gondangdia dalam memanfaatkan Instagram sebagai platform pemasaran yang efektif. Hal ini bukan semata hanya untuk meningkatkan penjualan produk mereka, tetapi juga untuk memanfaatkan platform ini sebagai wadah komunikasi antar pelanggan dan pemilik UMKM, dan juga dengan harap penelitian ini dapat menciptakan nilai jangka panjang bagi bisnis mereka.

METODE PELAKSANAAN

Pada program pengabdian pada masyarakat yang kami lakukan ini dilakukan pada 14 Juni sampai dengan 12 Juli 2024 yang berlokasi di Stasiun Gondangdia, Jakarta Pusat. Kegiatan ini dibagi menjadi tiga sesi pendampingan, yakni:

1. Pada tahap pertama kegiatan, kami melakukan penyuluhan ke stasiun gondangdia. Tim pengabdian melakukan wawancara pada beberapa pemilik UMKM dan berdiskusi tentang pentingnya promosi terhadap pengembangan usaha.
2. Pada sesi kedua, kami melakukan penyusunan materi apa saja yang akan diberikan kepada pemilik UMKM.
3. Selanjutnya, pada tahap ketiga, kami memberikan pelatihan materi tentang bagaimana cara mempromosikan produk pada sosial media. Kami mendampingi para pemilik UMKM untuk mempelajari cara membuat konten yang menarik di Instagram.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada pedagang/UMKM yang berlokasi di stasiun Gondangdia, Jakarta pusat. Pengabdian dilakukan dengan cara langsung/tatap muka satu per satu kepada para pedagang yang ada di stasiun Gondangdia. Hal ini dilakukan karena cukup sulit untuk mengumpulkan para pedagang dikarenakan kesibukan mereka. Dengan metode ini kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar. Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa beberapa dari mereka sudah mengerti apa itu Instagram, akan tetapi, mereka kurang memahami bagaimana cara menggunakan Instagram sebagai alat untuk promosi guna mengembangkan usahanya.



Gambar 1. Tim pengabdian mewawancarai beberapa pedagang dan berdiskusi mengenai promosi UMKM.

Dari kegiatan wawancara ini dapat diketahui bahwa masih cukup banyak pedagang yang kurang memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi. Jadi, melalui pengabdian ini kami turun secara langsung untuk mensosialisasikan pemanfaatan Instagram sebagai alat untuk promosi guna mengembangkan usaha. Dari kegiatan pengabdian ini kami mengajarkan kepada para pedagang apa saja yang perlu dilakukan dalam mempromosikan dagangannya di Instagram.



Gambar 2. Tim pengabdian memberikan materi promosi kepada para pedagang.

Hasil dari pengabdian ini para pedagang jadi lebih mengerti bagaimana cara mempromosikan dagangan lewat Instagram. Yang dengan begitu, usaha dari pedagang akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas.



Gambar 3. potret tim pengabdian bersama salah satu pedagang.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilaksanakan pada pedagang/UMKM di stasiun Gondangdia, dapat disimpulkan bahwa promosi produk yang dilakukan para pedagang tersebut belum memanfaatkan media sosial Instagram. Dengan diadakannya pengabdian masyarakat ini yang berupa sosialisasi mengenai “pemanfaatan media sosial Instagram guna meningkatkan penjualan” yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk bisa meningkatkan pemasaran. Dengan begitu usaha pedagang khususnya pedagang/UMKM di stasiun Gondangdia dapat lebih berkembang dan memiliki ruang lingkup yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Widiati, E., Levyda, L., & Ratnasari, K. (2021). Optimalisasi Media Sosial Instagram Dalam Aktivitas Bisnis Bagi Umkm Di Bangka Belitung. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(2). <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.628>
- Rozaq, A., Kurniawati, I. D., Yunitasari, Y., & STT, L. S. (2023). Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Memanfaatkan Media Sosial Instagram dan Tiktok. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 88-95. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i1.64>
- Naya, R. E. C., Anggraeni, R. P., Muhamad, F. R., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Bagi UMKM Limunite di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia Sejahtera*, 2(2), 27-34. <https://doi.org/10.59059/jpmis.v2i2.163>
- Ma'rifah, H. N., Azizah, R. A. N., Jordi, M. R., Amrullah, M. B. N., Ichsan, M. N., Yunanto, I. F., ... & Fatmah, E. A. (2023). Pendampingan UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Segmentasi Pasar di Batik New Colet Jombang. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 270-276. <https://doi.org/10.30762/welfare.v1i2.377>