
Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Bagi UMKM Limunite di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar

Use of Instagram Social Media as a Promotional Means For Limunite MSMEs in Village of Sukorejo City of Blitar

Regita Endah Cahyaning Naya¹, Ririn Putri Anggraeni², Fadilah Rizqi Muhamad³,
Gideon Setyo Budiwitjaksono⁴

^{1,2,3,4} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Email : endahregita9@gmail.com

Article History:

Received: 25 April 2023

Revised: 30 Mei 2023

Accepted: 20 Juni 2023

Keywords: *Social Media, Promotion, Strategy Business*

Abstract: *This study aims to observe the use of Instagram social media as a promotional means for MSME Limunite in the village of Sukorejo City of Blitar. The research method used is qualitative, involving Limunite MSMEs. Data collected through interviews and observations. The results of this study indicate that the social media of the Instagram can be an effective promotion of that MSMEs. Through social media Instagram This Limunite MSMEs can expand its sales by making visual content such as photo products and promotional videos that can increase sales. The conclusion of this study is the use of Instagram social media as a promotion of facilities for MSMEs Limunite in the Sukorejo has a great opportunity by using promotion.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengamati penggunaan media sosial instagram sebagai sarana promosi bagi UMKM Limunite di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan melibatkan UMKM Limunite. Data yang dikumpulkan melalui wawancara maupun observasi. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi UMKM Limunite. Melalui media sosial Instagram ini UMKM Limunite dapat memperluas penjualan dengan membuat konten visual seperti foto produk dan video promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Kesimpulan penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk UMKM Limunite di kelurahan Sukorejo memiliki peluang yang besar dengan menggunakan promosi.

Kata Kunci : Media Sosial, Promosi, Strategi Bisnis

* Regita Endah Cahyaning Naya, endahregita9@gmail.com

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman berkembang pula kemajuan teknologi. dimana perkembangan ini telah banyak mengubah tatanan kehidupan, memberikan banyak manfaat di berbagai bidang. Contohnya dalam bidang komunikasi yang mana pada awalnya hanya dapat dilakukan dengan cara bertatap muka, kini dengan kemajuan teknologi berkomunikasi dapat dilakukan melalui media komunikasi digital, seperti gadget, komputer, dan lain sebagainya (Ekonomi et al., n.d.). Melalui perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kegiatan dalam dunia usaha baik skala kecil maupun besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Media digital dapat digunakan sebagai sarana untuk digital marketing yang dapat mempromosikan merk dagang dan produk atau jasa secara efektif dan efisien untuk dapat memperluas lingkup bisnis/usahanya (Gideon, dkk : 2022).

Era digital merupakan era kemudahan yang mana membuat perilaku manusia memiliki gaya hidup baru yang tidak dapat lepas dari media komunikasi digital atau perangkat elektronik yang saat ini menjadi kebutuhan bagi setiap orang. Lahirnya jejaring sosial yang berbentuk pelayanan berbasis situs web serta aplikasi. Penggunaan keduanya melalui internet. Internet merupakan jaringan komputer yang tersedia secara luas dan telah mendunia, internet dapat menghubungkan pemakainya dari suatu negara ke negara lain di seluruh dunia (Penggunaan & Masyarakat, n.d.). Dimana dalam internet terdapat berbagai sumber daya informasi dari berbagai negara di seluruh dunia. Dengan adanya internet serta produk dari globalisasi yang telah berkembang, para pelaku usaha dapat memanfaatkan keduanya dengan maksimal untuk melanjutkan usahanya.

Tak terkecuali para pelaku UMKM yang menggunakan internet untuk kemudahan usaha mereka yang dikenal dengan bisnis online. Pengenalan dan sosialisasi berbagai media sosial kepada para pelaku usaha UMKM dapat memberikan gambaran yang luas sebagai pengetahuan dasar dalam memasarkan produknya melalui teknologi digital (Gideon, dkk : 2022). Dengan jangkauan yang luas menjadikan hal tersebut peluang besar karena dalam era ini sudah banyak orang yang paham dengan penggunaan internet. Sebagai mahasiswa KKN-T UPN “Veteran” Jawa Timur yang mengikuti program Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) yang mana diadakan oleh UPN Jatim dengan tujuan untuk meningkatkan keteampilan sosial mahasiswa, meningkatkan kreativitas, melatih kejasama tim (*teamwork*), meningkatkan empati dan minat mahasiswa terhadap isu-isu sosial, meningkatkan keterampilan serta

menggunakan ilmu pengetahuan dalam memecahkan suatu permasalahan. Kami kelompok 39 KKN-T MBKM bertugas untuk mengembangkan UMKM di suatu kawasan di Kota Blitar, bertempat di Kelurahan Sukorejo Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Kelurahan Sukorejo merupakan kelurahan dengan kebanyakan penduduknya memiliki keragaman bidang usaha, seperti konveksi, makanan dan minuman, hingga toko kelontong.

Masyarakat Indonesia sendiri sangat aktif dalam menggunakan media sosial Instagram, Respons yang ditunjukkan oleh para pengguna Instagram cukup bagus. Berdasarkan data hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat bahwa pada tahun 2023, sebanyak 276 juta jiwa penduduk Indonesia 215 juta jiwa diantaranya adalah pengguna internet dengan persentasi sebesar 78,19% (APJII, 2023). Hal ini menggambarkan bagaimana besarnya pengaruh internet terhadap kehidupan masyarakat Indonesia. Dan pelatihan dan pendampingan penggunaan internet (teknologi digital) dapat menjadi cara yang tepat untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya pelaku UMKM untuk berperan aktif dan kreatif meningkatkan perekonomian masyarakat (Gideon, dkk : 2022).

METODE

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada bulan maret hingga juni 2023. Mahasiswa kelompok 39 KKNT MBKM melakukan pembuatan program kerja terkait dengan pengembangan UMKM sesuai dengan judul yang diangkat yakni “Pemberdayaan Masyarakat Guna Pengembangan UMKM Pada Era Digitalisasi di KelurahanvSukorejo Kecamatan Sukorejo Kota Blitar “. Dimana dalam pengembangan UMKM ini terdapat program kerja “Mekar UMKM” yakni Mengembangkan Karya Rakyat terutama dalam era digital. Dalam hal ini kelompok 39 KKNT MBKM UPNVJT mengambil langkah digital marketing dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah dengan memanfaatkan teknologi seperti aplikasi *Instagram* sebagai media promosi sekaligus memperkenalkan kepada khalayak luas terkait produk yang dihasilkan.

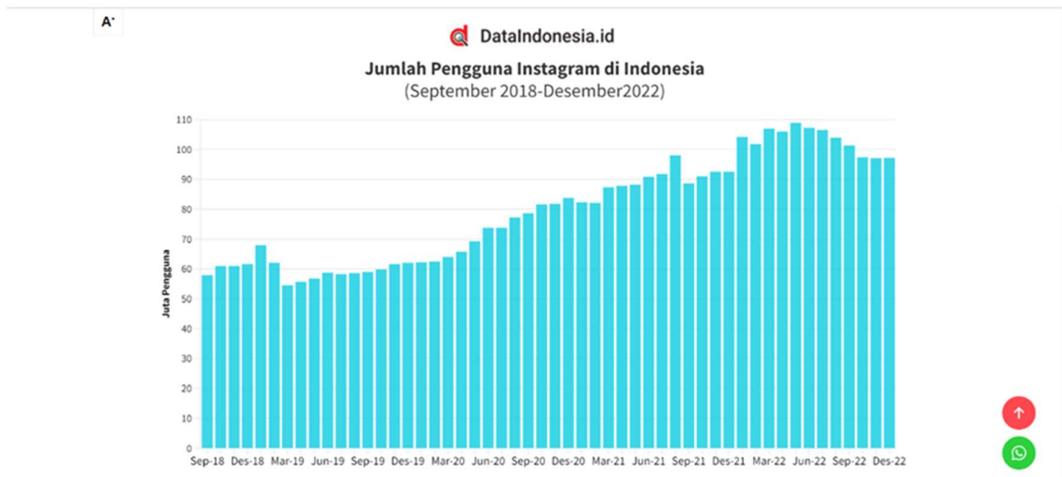
Adapaun tahapan yang dilakukan dalam mencapai program digital marketing adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sosialisasi terkait digital marketing, memberi informasi mnegenai kelebihan dalam menggunakan media sosial (Instagram) sebagai media promosi produk.

2. Melakukan pendampingan dalam pembuatan serta penggunaan Instagram kepada para pelaku usaha.
3. Ikut serta mempromosikan produk UMKM “Limunite”.

Metode yang digunakan yakni metode kualitatif dimana metode ini menjelaskan mengenai fenomena, kejadian, perilaku, dinamika sosial, serta respon individu maupun kelompok terhadap sesuatu, juga metode studi pustaka (*library research*) yang mana dalam menganalisa teori-teori dari berbagai literatur yang relevan dengan masalah yang diangkat. Dalam penelitian ini berfokus pada pelaku UMKM “Limunite” yang berada di RT 04 RW 12 Kelurahan Sukorejo, Kota blitar. Dimana UMKM ini masih minim dalam menggunakan serta memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN



(Monavia Ayu Rizaty, 2022)

Dari data diagram di atas yang dilansir dari DataIndonesia.id menunjukkan penggunaan aplikasi Instagram yang hanya dari negara Indonesia sampai akhir Desember tahun 2022 mencapai 97,17 Juta pengguna.

Dari data tersebut bisa dilihat betapa seringnya warga negara kita dalam menggunakan aplikasi Instagram sebagai kegiatan sehari-hari.

Manfaat Penggunaan Aplikasi Instagram bagi pelaku UMKM

Pada zaman sekarang ini pastinya kita tidak lepas dari penggunaan sosial media dalam kegiatan aktivitas kita sehari-hari. Dengan adanya sosial media saat ini tentu dapat membantu kita dalam mencari maupun belajar banyak hal yang bisa mencakup seluruh dunia. Dan juga sebagai tempat promosi maupun menjual produk yang telah kita buat untuk kita kenalkan dan pasarkan kepada khalayak yang lebih luas. Salah satu dari media sosial yang sudah sering kita dengar adalah Instagram. Tentu kita sudah tau tentang Instagram merupakan platform terbesar di dunia. Pengguna Instagram yang berada di Indonesia sudah mencapai 97,17 Juta pengguna.

Peranan Instagram dalam promosi/pemasaran produk bagi pelaku UMKM

1. Sarana membuat konten produk UMKM

Dalam hal ini Instagram mewadahi bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan produk yang ingin mereka pasarkan, yakni di Instagram memiliki banyak sekali fitur-fitur yang dapat digunakan untuk mempercantik/memperindah kualitas foto maupun video dari produk yang ingin dipasarkan oleh pelaku UMKM

2. Mencakup khalayak lebih luas

Tentu dengan menggunakan aplikasi Instagram kita tidak hanya memasarkan produk di negara kita saja, tetapi kita juga bisa mencakup dalam memasarkan produk kepada masyarakat dunia. Instagram salah satu aplikasi dengan pengguna terbanyak diseluruh dunia

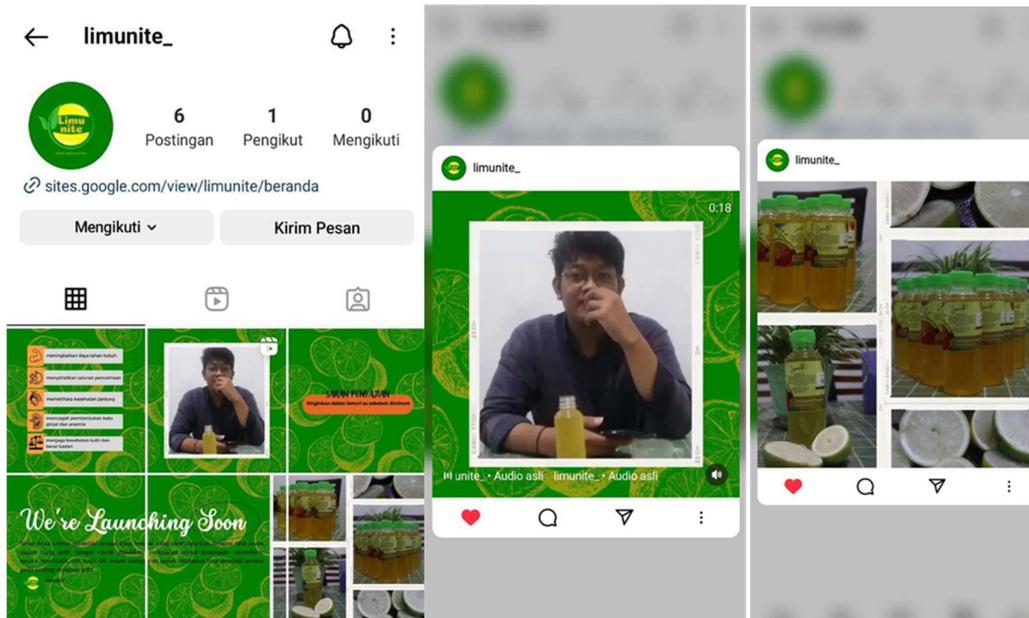
3. Meningkatkan Engagement

Saat kita membuat konten mengenai produk yang telah kita hasilkan dan diposting melalui Instagram akan memberikan interaksi terhadap konsumen dan produsen yakni dengan memberikan likes dan komentar terhadap unggahan foto maupun video mengenai produk dari UMKM tersebut.

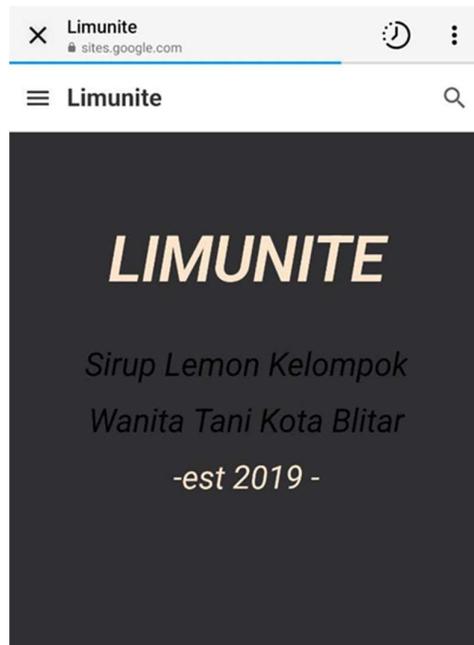
4. Menghemat biaya pemasaran

Dengan menggunakan aplikasi Instagram tidak membutuhkan biaya besar dalam penggunaannya. Kita hanya mendownload melalui playstore maupun Appstore, dan melakukan registrasi akun google. Setelah itu kita dapat memasarkan produk kita dengan bebas tanpa mengeluarkan biaya.

Pendampingan UMKM Limunite dengan menggunakan aplikasi Instagram



Dari gambar di atas merupakan akun media sosial Instagram dari UMKM yang kita damping yakni Limunite. Berdasarkan dari cuplikan foto di atas terlihat isi dari Instagram tersebut terdapat postingan yang sebagai tempat promosi dengan mengupload gambar dari produk Limunite. Dan juga kita membuat video reels Instagram yang salah satu talentnya berasal dari kelompok kita guna memberi daya tarik untuk konsumen. Video tersebut memberikan informasi terkait rasa yang segar dan juga menyehatkan dari produk Limunite yang kita damping. Instagram salah satu platform media sosial yang sangat cocok untuk UMKM ini yakni dengan membuat konten yang menarik dan juga video reels dapat mempromosikan kepada khalayak yang lebih luas.



Tentang Kami

Produk sirup lemon olahan rumahan yang terbuat dari buah jeruk lemon kebun sendiri. Rasanya nikmat, segar, dan aman karena terbuat dari bahan alami tanpa pengawet, pewarna serta pemanis buatan

Tidak hanya itu, Instagram juga memberikan sarana sebagai adanya konvergensi media, yakni di dalam akun Instagram Limunite ini kita bisa cantumkan link blogspot, sebagai identitas produk Limunite dari UMKM yang kita damping. Tidak hanya blogspot saja yang dapat dicantumkan. Kita juga bisa mencantumkan beberapa media lainnya seperti halnya linktree, yang didalamnya bisa terdapat lokasi penjual, nomor handphone, maupun e-commerce yang tentunya memudahkan bagi para konsumen untuk memesan produk Limunite ini.

KESIMPULAN

Pada era yang sudah serba maju/digitalisasi. Kita harus bisa memaksimalkan dari pemanfaatan era digitalisasi saat ini, terutama dalam penggunaan sosial media sebagai sarana promosi mencakup khalayak yang lebih luas. Kita harus pintar-pintar dalam penggunaan media sosial saat ini, karena ibarat pisau bermata dua, sosial media bisa menjadi boomerang bagi kita jika tidak bisa menggunakan secara bijak, dan juga bisa sebagai lahan sebagai promosi yang efektif jika kita bisa menggunakan secara baik dan benar. Selain itu dengan menggunakan Instagram dapat berinteraksi langsung dengan pengikut dan pelanggan melalui komentar maupun pesan, sehingga dapat membangun hubungan dan meningkatkan loyalitas dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2023, March 10). Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang. *Bisnis.Com*.
- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing Pada Umkm Di Kecamatan Lakarsantri: Praktik Kuliah Kerja Nyata". *Jurnal Abdimas Patikala* Vol. 1, No.4. hal. 325-331.
- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pengembangan pemasaran Online Melalui Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kewirausahaan UMKM Di Kelurahan Bongkaran." *Jurnal Abdimas Patikala*. Vol. 1, No. 4. Hal. 332-341.
- Gideon S. Budiwitjaksono, dkk. (2022). "Pelatihan Kerajinan Batik Dalam Rangka Mewujudkan Kampung Batik sebagai Ikon Khas Kelurahan Pakal." *Literasi : Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, Volume 2, Nomor 2, Agustus 2022 : 675-683.
- Ekonomi, J., Dan Sosial, B., Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (n.d.). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. Februari 2021 *EMBISS*, 1(2), 126. <https://embiss.com/index.php/embiss>
- Monavia Ayu Rizaty. (2022, August 3). Pengguna Instagram Indonesia Terbesar Keempat di Dunia. *DataIndonesia.Id*.
- Penggunaan, M., & Masyarakat, M. (n.d.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA REPUBLIK INDONESIA MEDIA SOSIAL.