



JKB

Jurnal Kewirausahaan & Bisnis
Volume 5 Issue 1, 2023 (25-24)

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JKB>

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Pemasaran UMKM Roti AI Batsit Kota Bengkulu

Karona Cahya Susena, Refsi Roziana

Fakultas Ekonomi, Universitas Dehasen Bengkulu, Indonesia

rozianarefsi4@gmail.com

Abstract.

UMKM Roti AI Batsit is a small business engaged in the food industry which is located in the city of Bengkulu. As one of the MSMEs, the challenge that must be faced is how to increase product sales and introduce the Roti AI Batsit brand to the public. Therefore, a community service program with the title "Utilization of Instagram social media in Marketing of UMKM Bread AI Batsit Bengkulu City".

The use of Instagram social media is done so that consumers can easily recognize and remember the Roti AI Batsit brand and give a positive image to the brand. During the implementation of the community service program, an evaluation of the impact of the program was carried out on the UMKM Roti AI Batsit. The evaluation is carried out by comparing product sales before and after the program is implemented. The evaluation results show that implementing the use of Instagram social media in proper marketing has succeeded in increasing the number of product sales in the community.

Keywords: *Social media, Instagram, MSMEs, Marketing, Implementation*

Abstrak.

UMKM Roti AI Batsit merupakan sebuah usaha kecil yang bergerak pada industri makanan yang terletak di Kota Bengkulu. Sebagai salah satu UMKM, tantangan yang harus dihadapi adalah bagaimana meningkatkan penjualan produk serta mengenalkan merek Roti AI Batsit kepada masyarakat. Oleh karena itu, program pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pemanfaatan media social Instagram dalam Pemasaran UMKM Roti AI Batsit Kota Bengkulu".

Penggunaan media sosial Instagram dilakukan agar konsumen mudah mengenal dan mengingat merek Roti AI Batsit serta memberikan citra positif pada merek tersebut. Selama pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat, dilakukan evaluasi terhadap dampak program pada UMKM Roti AI Batsit. Evaluasi tersebut dilakukan dengan membandingkan penjualan produk sebelum dan sesudah program diimplementasikan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa implementasi pemanfaatan social media Instagram dalam pemasaran yang tepat berhasil meningkatkan jumlah penjualan produk di masyarakat.

Kata Kunci: *Sosial media, Instagram, UMKM, Pemasaran, Implementasi*

PENDAHULUAN

Teknologi seperti kebutuhan yang tidak dapat dihindari dari masyarakat. Manfaat teknologi informasi tidak hanya untuk meningkatkan kegiatan operasional kerja saja, tetapi juga memberikan keuntungan dan nilai tambah bagi perusahaan atau lembaga tersebut. (Siaha Widodo 2019). Philip Kotler and Armstrong (2012) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada UMKM Roti Al Batsit bertujuan untuk membantu pengelola usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat yaitu berupa pemanfaatan social media sebagai alat promosi produk bagi Roti Al Batsit. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor penentu keberhasilan UMKM dalam bersaing di pasar. Penggunaan media sosial dapat menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan penjualan pada merek produk serta memperluas jangkauan pasar.

Di tahun 2020, sosial media di Indonesia yang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya populer adalah aplikasi Instagram. Instagram bukanlah sosial media yang baru di Indonesia. Perkembangan suatu budaya populer saat ini di Indonesia sangat besar peran generasi millennial, karena para millennial sangat aktif dan intens dengan teknologi baru, salah satunya adalah aplikasi Instagram yang banyak di gunakan generasi millennial di Indonesia dan menjadikannya budaya populer di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Artikel ini membahas tentang bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media pemasaran akun @roti.albatsit. Sebagai contoh pada akun @roti.albatsit yang berisikan konten informatif seputar tempat nongkrong dan cafe yang hits di Bengkulu dan sekitarnya. Penulis melakukan proses observasi secara langsung di UMKM Roti Albatsit Kota Bengkulu, mengumpulkan berbagai materi atau bahan yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial Instagram. Setelah berhasil mengumpulkan materi atau bahan yang cocok sebagai bahan konten, penulis langsung memasarkan Roti Albatsit ke social media Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi strategi pemasaran pada program pengabdian kepada masyarakat dengan judul " Pemanfaatan media social Instagram dalam Pemasaran UMKM Roti Al Batsit Kota Bengkulu " dilakukan dengan beberapa langkah sebagai berikut:

1. Pembuatan brand identity untuk Roti Al Batsit dilakukan untuk memperkenalkan merek Roti Al Batsit secara lebih jelas dan kekinian di sosial media. Brand identity ini mencakup logo, slogan, dan tagline yang mencerminkan karakteristik produk Roti Al Batsit. Tujuan dari pembuatan brand identity adalah agar konsumen mudah mengingat dan mengenal merek Roti Al Batsit serta memberikan citra positif pada merek tersebut.
2. Penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi menjadi salah satu bagian penting dari implementasi strategi pemasaran yang dilakukan. Dalam program ini, dilakukan pembuatan akun Instagram resmi untuk Roti Al Batsit. Konten yang di-upload diutamakan mengenai produk-produk Roti Al Batsit yang menarik perhatian para followers. Pengembangan jaringan distribusi dilakukan dengan kerjasama antara UMKM dengan toko-toko bahan makanan untuk menambah saluran distribusi produk

Roti Al Batsit. Hal ini membantu UMKM untuk memperluas pangsa pasar dan memperluas jangkauan produk ke konsumen.

Setelah diberikan pelatihan dan pendampingan oleh ahli pemasaran dari lembaga pendidikan dan riset, pengelola usaha Roti Al Batsit merancang strategi pemasaran yang tepat bagi usahanya. Strategi pemasaran melalui media sosial Instagram yang meliputi pembuatan brand identity, penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi.

Program pengabdian kepada masyarakat dengan judul " Pemanfaatan media social Instagram dalam Pemasaran UMKM Roti Al Batsit Kota Bengkulu " berhasil memberikan dampak positif pada kelangsungan bisnis UMKM tersebut. Implementasi strategi pemasaran yang tepat berhasil meningkatkan jumlah penjualan produk serta meningkatkan awareness pada merek Roti Al Batsit di masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi, program pengabdian kepada masyarakat dengan judul " Pemanfaatan media social Instagram dalam Pemasaran UMKM Roti Al Batsit Kota Bengkulu " berhasil memberikan dampak positif pada kelangsungan bisnis UMKM tersebut. Implementasi strategi pemasaran yang tepat berhasil meningkatkan jumlah penjualan produk serta meningkatkan jangkauan pemasaran pada merek Roti Al Batsit di masyarakat. Selain itu, program ini juga membantu UMKM untuk memperluas jaringan distribusi dan mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.

Pentingnya strategi pemasaran bagi keberlangsungan UMKM sangat penting karena dengan strategi pemasaran yang tepat UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk. Di era digital seperti saat ini, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi sangat efektif dalam memperkenalkan produk UMKM ke konsumen potensial. Oleh karena itu, media social Instagram sangat berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan Roti Albasit di masyarakat luas.

Saran untuk pengembangan lebih lanjut pada UMKM Roti Al Batsit adalah untuk terus mempertahankan kualitas produk dan melanjutkan implementasi strategi pemasaran yang telah dilakukan. UMKM Roti Al Batsit juga perlu terus mengembangkan inovasi produk untuk menarik minat konsumen dan menjaga kelangsungan bisnis mereka. Selain itu, UMKM Roti Al Batsit dapat mempertimbangkan untuk melakukan kerjasama dengan mitra usaha lainnya guna memperluas jaringan distribusi produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary and Philip Kotler. 2021. Principles of Marketing, Global Edition. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management, Global Edition. Pearson Education Limited.
- Siaha Widodo, Arif. 2019. "Peran Internet Dalam Meningkatkan Jumlah Pekerja Lepas Di Indonesia." NYIMAK: Journal of Communication 3 (2): 97–202.
<http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>.