



Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi, Informasi, dan Promosi di UMKM Minuman Herbal Berkah Setia

Utilization of Instagram Social Media as a Communication, Information and Promotion Media for UMKM Berkah Setia Herbal Drinks

Darwati Darwati¹, Aqilla Aura Anggreini Saputri², Uni Masrochati Uliyah³, Erlina Meidiana Putri⁴, Wulan Aktamiati⁵, Rina Sari Qurniawati⁶

¹⁻⁶STIE AMA, Salatiga

E-mail: 2020101044@students.stieama.ac.id¹, 2020105008@students.stieama.ac.id²,
2020105005@students.stieama.ac.id³, 2020101021@students.stieama.ac.id⁴, 2020101049@students.stieama.ac.id⁵,
rinasari.qurniawati@stieama.ac.id⁶

Article History:

Received: 20 Januari 2024

Accepted: 16 Februari 2024

Published: 02 Maret 2024

Keywords: Instagram, Communication, Information, Promotion

Abstract: *The community service activity entitled "Use of social media as a means of communication, information, documentation and promotion in the Blessings of Faith herbal drink business" aims to implement the university's tridharma, namely Community Service. The purpose of this activity is to provide information regarding the use of social media Instagram for small businesses and provide training on the use of Instagram so that its use can later be implemented in marketing activities for the red blessing red ginger business. The method used in this activity is direct observation of the Red Blessings Faithful ginger business by conducting direct interviews and documenting product photos and product manufacture which are then uploaded to Instagram media. The final result of this service is the use of social media Instagram as a medium for communication, information, documentation and means of promoting each product produced and activities discussed by the Ginger Berkah Setia business unit including images and supporting information.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat berjudul pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dokumentasi dan promosi di usaha minuman herbal berkah setia bertujuan untuk mengamalkan tridarma perguruan tinggi yaitu Pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan informasi terkait pemanfaatan media sosial Instagram bagi usaha kecil dan memberikan pelatihan pemanfaatan Instagram agar nantinya dapat diimplementasikan penggunaannya dalam kegiatan pemasaran usaha jahe merah berkah setia. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi langsung pada usaha jahe merah berkah setia dengan melakukan wawancara langsung dan dokumentasi foto produk dan pembuatan produk yang kemudian dituangkan ke dalam media Instagram. Hasil akhir dari pengabdian ini adalah pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media komunikasi, informasi, tempat dokumentasi dan sarana melakukan promosi untuk setiap produk yang diproduksi dan kegiatan yang diskusi unit usaha jahe berkah setia termasuk gambar dan informasi-informasi pendukung.

Kata Kunci: Instagram, Komunikasi, Informasi, Promosi

*Darwati, 2020101044@students.stieama.ac.id

PENDAHULUAN

Pembangunan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi yang menjadi tolak ukur keberhasilan yang diterapkan pemerintah. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan dalam pembangunan negara, khususnya pembangunan ekonomi. Posisi UMKM dalam perekonomian nasional mempunyai peranan yang penting dan strategis.

UMKM terus tumbuh dari tahun ke tahun pasca krisis ekonomi. Hal ini juga menunjukkan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap lebih banyak tenaga kerja dalam perekonomian nasional. Dengan mempekerjakan banyak tenaga kerja, sektor UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, UMKM dinilai memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Namun UMKM Indonesia menghadapi tantangan yang cukup besar seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya kepemimpinan dan pelatihan, keterbatasan pengetahuan teknologi, permodalan, rendahnya manajemen, infrastruktur yang belum memadai, kesulitan mendapatkan bahan baku, kesulitan mendapatkan izin atau badan hukum, dan pembatasan dalam pemasaran (Amri, 2012). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM dengan melakukan penguatan agar perannya sebagai pembangunan perekonomian negara dapat berfungsi secara maksimal.

Dalam pengembangan UMKM, merumuskan kebijakan mengenai Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008, antara lain pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan bantuan penegakan hukum, lingkungan usaha, pengembangan usaha, pembiayaan, pinjaman, dan kemitraan. Desa Kadirejo merupakan salah satu desa yang banyak terdapat UMKM sebagian masyarakatnya. Namun, masih banyak tantangan yang dihadapi UMKM seperti permodalan, pemasaran, akses terhadap bahan baku, teknologi, manajemen dan kemitraan. Program pengembangan UMKM yang dilaksanakan Desa Kadirejo antara lain program penguatan produksi, program pemasaran, program penguatan kelembagaan dan pengawasan UMKM, program peningkatan kapasitas personel UMKM. Semua program ini digunakan untuk pengembangan UMKM di Desa Kadirejo.

Minuman herbal Berkah Setia merupakan salah satu UMKM yang berletak di Dusun Ngablak Desa Kadirejo Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang Provinsi Jawa Tengah. Usaha ini berfokus pada pembuatan minuman herbal yang diproduksi secara alami tanpa bahan pengawet sejak tahun 2020. Usaha ini masih dilakukan secara tradisional dengan berbahan dasar rempah-rempah pilihan seperti jahe, kunyit, temulawak, cengkeh, sereh dan rempah lainnya yang berkhasiat untuk kesehatan tubuh. Pengenalan produk UMKM minuman herbal Berkah Setia masih mengandalkan penyebaran informasi secara konvensional atau dari mulut ke mulut. Sehingga diperlukan adanya inovasi baru dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada agar semakin dikenal dan memperluas pasar.

Perkembangan teknologi saat ini yang berkembang pesat membawa banyak perubahan dalam perkembangan ekonomi negara, yang membuat usaha kecil mikro menengah juga harus turut beradaptasi dengan teknologi yang ada. Karena di era digital seperti saat ini perkembangan teknologi informasi dapat memacu orang maupun organisasi dalam menjalankan kegiatan bisnis menjadi lebih cepat, mudah dan efisien waktu. Teknologi mampu meningkatkan produktivitas bahkan dapat dikatakan memiliki peran yang penting dalam efisiensi biaya dan hal-hal lain terkait bisnis yang dijalankan. Dimana tidak hanya industri skala besar saja akan tetapi juga perusahaan tingkat kecil dan menengah juga UMKM dapat muncul dan berdampak akan adanya perkembangan teknologi (Zulham, 2017).

Akses teknologi yang mudah dan murah pada media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi, dokumentasi dan promosi. Pada usaha ini memanfaatkan platform media sosial Instagram dalam mengembangkan usahanya. Instagram merupakan media sosial berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari kata „insta“ atau bisa juga „instan“ hal ini karena instagram ialah cara untuk berfoto dan membagikan foto kepada teman-teman terdekat secara mudah dan instan. Dan kata „gram“ yang berasal dari kata „telegram“ yang mempunyai makna seperti telegram. Dikarenakan telegram sangat cepat didalam mengirimkan informasi kepada seseorang (Lammenett, 2021). Saat ini, penggunaan teknologi sosial media yang digunakan oleh usaha minuman herbal berkah setia hanya sekedar untuk menyimpan foto kegiatan pribadi dan masih bercampur menjadi satu dengan akun instagram pribadi pemilik. Sehingga, dapat dikatakan belum maksimal dalam pemanfaatan media sosial Instagram untuk mendukung perkembangan usaha minuman herbal berkah setia.

Kegiatan pemanfaatan media sosial khususnya Instagram sangat dibutuhkan untuk memberikan kemudahan dalam memberikan informasi terkait produk yang dimiliki, untuk menyimpan dokumentasi setiap kegiatan yang diikuti usaha dan sebagai sarana promosi untuk menarik para pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian. Media sosial khususnya instagram memiliki andil fungsi yang besar dalam penyebaran informasi kepada masyarakat luas, tujuan dilaksanakannya studi ini untuk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana tempat bergi informasi usaha, menyimpan dokumentasi kegiatan dan promosi usaha.

Media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah dapat digunakan untuk mempermudah interaksi dan komunikasi dua arah antara sesama pengguna, media sosial sering kali digunakan sebagai media untuk membangun personal branding atau bisa disebut citra diri atau profil seseorang. Selain itu dan dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran bagi wirausaha atau perusahaan. Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran dapat dilakukan dengan mengupload foto atau video reels pada akun media sosial seperti ke Instagram kemudian dapat dilihat oleh konsumen yang mengikuti akun Instagram tersebut (Ardiansah dan Maharani, 2021).

METODE

Kuliah praktek pemberdayaan masyarakat atau KPPM merupakan suatu kegiatan pengalaman dari tridarma perguruan tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada bidang ekonomi melalui pelaksanaan kegiatan pendampingan dan pengembangan masyarakat yang memiliki usaha melalui beberapa proker kegiatan yang dapat mendukung perkembangan UMKM. Kegiatan KPPM ini dilakukan oleh mahasiswa STIE AMA Salatiga yang dilakukan pada 10 mitra UMKM Desa Kadirejo, Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang, dilaksanakan dalam waktu 1 bulan terhitung dari bulan Januari tanggal 24-26 Februari 2024. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan berkelompok dan didampingi 1 dosen pembimbing lapangan.

Salah satu mitra yang bekerjasama pada kegiatan ini adalah UMKM minuman herbal Berkah Setia yang dimiliki oleh Ibu Juwati. Sebelumnya Ibu Juwati sudah memiliki Instagram untuk mengupload kegiatan-kegiatan UMKM yang diikuti akan tetapi masih bercampur dengan akun Instagram pribadi dan hanya sekedar upload saja tidak ada konsistensi pengaploudan. Berdasarkan kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha tersebut karna kurangnya informasi dan pengetahuan penggunaan sosial media instagram. Sehingga kami dari kuliah praktek pemberdayaan masyarakat KPPM kelompok 7 STIE AMA membantu dalam pengelolaan akun, pembuatan konten, penyusunan informasi yang tepat juga menarik dan pendampingan dalam penggunaan sosial media Instagram. Pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan

dengan menggunakan metode diskusi, tutorial, pendampingan dan pemecahan masalah, dan assesment/evaluasi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 (metode diskusi): pada tahap awal kegiatan pengabdian mahasiswa melakukan wawancara untuk mengetahui profil usaha dan melakukan diskusi bersama pemilik UMKM untuk meng masalah dan mencari solusi guna meningkatkan pemasaran dan penjualan. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan diskusi dengan pemilik UMKM minuman herbal Berkah setia:



2. Langkah 2 (Tutorial): pada langkah ini mahasiswa memberikan arahan atau pelatihan mengenai pengoprasian sosial media instagram dari awal cara pembuatan konten produksi minuman herbal, penyusunan caption informasi yang menarik, pengeditan foto dan melakukan promosi produk. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan tutorial/pelatihan dengan pemilik UMKM minuman herbal Berkah setia:



- Langkah 3 (Pendampingan dan Pemecahan Masalah): pada kesempatan ini pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk melakukan praktek menggunakan sosial media instagram sesuai dengan tutorial yang telah diberikan. Jika pemilik UMKM ada hal yang belum jelas maka dipersilahkan untuk menanyakan dan akan dilakukan pelatihan kembali. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan pendampingan dan pemecahan masalah dengan pemilik UMKM minuman herbal Berkah setia:

4.



- Langkah 4 (*Assesment* / Evaluasi): metode terakhir yang dilakukan oleh para mahasiswa/mahasiswi melakukan evaluasi dan peninjauan ulang terkait permasalahan permasalahan yang di hadapi setelah proses diskusi sampai pendampingan dan pemecahan masalah. Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan evaluasi kegiatan bersama dengan pemilik UMKM minuman herbal Berkah setia:



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pengenalan dan pendampingan UMKM minuman herbal Berkah Setia dalam mempromosikan produk melalui sosial media ini dilakukan kurang lebih 1 bulan mulai dari tanggal 22 Januari 2024 sampai dengan tanggal 24 Februari 2024. Adapun beberapa rangkaian kegiatan yang telah kami laksanakan sebagai berikut:

1. Pembuatan Akun Sosial Media

Pada kesempatan kali ini kami memanfaatkan sosial media berupa instagram untuk sarana promosi UMKM minuman herbal Berkah Setia. Mengingat banyaknya pengguna sosial media instagram dinilai akan lebih berpotensi akun UMKM minumn herbal Berkah Setia ini dikenal oleh khalayak ramai. Untuk nama akun instagram, kami menggunakan nama UMKM minuman herbal Berkah Setia yaitu *@berkahsetia_* yang cenderung mudah diingat.

2. Pembuatan *Direct Marketing*

Direct marketing pada akun *@berkahsetia_* adalah mencantumkan nomor telepon, alamat email, alamat link shopee, petunjuk lokasi UMKM, dan *highlight* instagram berupa pengenalan produk yang tersedia serta petunjuk pemesanan produk.

3. Foto Produk

Sebelum melengkapi akun *@berkahsetia_* dengan konten - konten yang menarik, kami melakukan foto produk sebagai bahan dalam pembuatan konten instagram yang akan disuguhkan.

4. Melakukan *Public Relation*

Pada akun Instagram minuman herbal Berkah Setia *@berkahsetia_*, *public relation* yang digunakan berupa galeri foto. Galeri foto yang dimaksudkan adalah foto - foto yang telah diunggah pada akun instagram Berkah Setia yang biasa disebut dengan *feeds*.

5. Pengenalan dan Pendampingan Akun Sosial Media Instagram

Kami melakukan demo dan pendampingan dalam penggunaan akun sosial media *@berkahsetia_* kepada pelaku UMKM minuman herbal Berkah Setia. Pada tahap ini kami juga memastikan tingkat pemahaman pelaku UMKM dalam pengelolaan akun sosial media *@berkahsetia_* sebagai sarana promosi dengan baik dan benar.

Penggunaan sosial media instagram sebagai saran promosi untuk UMKM minuman herbal Berkah Setia milik Ibu Juwati ini dinilai berhasil dan berdampak baik bagi UMKM minuman herbal Berkah Setia. Adapun beberapa dampak baik yang terlihat dalam akun *@berkahsetia_* milik UMKM minuman herbal Berkah Setia sebagai berikut :

1. Meningkatnya Jumlah *Followers*

Terlihat pada akun instagram *@berkahsetia_* pada saat ini menyentuh angka 142 *followers* yang dinilai mulai meningkat terhitung dari pembuatan awal akun instagram tersebut. Dari jumlah *followers* yang terus bertambah akan berpengaruh pada tingkat ketertarikan *customer* pada produk yang dipromosikan.

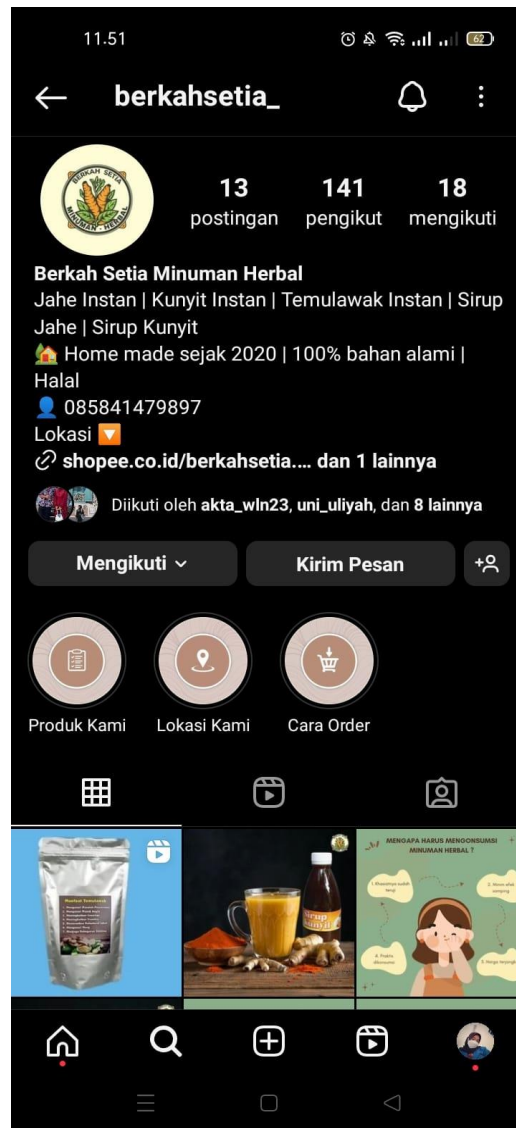
2. Penggunaan Tagar yang Efektif

Promosinya dalam *feeds* instagram pada akun *@berkahsetia_* menggunakan tagar *#umkmkabupatensemarang*, *#umkmsalatiga*, *#minumanherbal* dan beberapa tagar lainnya. Dengan penggunaan tagar ini akan membantu UMKM minuman herbal Berkah Setia dalam mengenalkan produknya kepada pengguna instagram yang lebih luas.

3. Memperluas Jangkauan Pasar

Sebelum mengenal sosial media sebagai media promosi, UMKM minuman herbal Berkah Setia melakukan promosi melalui mulut ke mulut dan dari pintu ke pintu. Hal ini mengakibatkan jangkauan pasar yang tergolong sempit dan kurangnya atensi masyarakat untuk melihat serta mencoba produk tersebut. Dengan adanya sosial media instagram ini sangat membantu UMKM minuman herbal Berkah Setia dalam menjangkau pasar yang lebih luas seperti lintas kota, lintas pulau, bahkan lintas negara.

Kekurangan dari instagram ini sendiri adalah penilaian orang yang menganggap bahwa konten yang bagus adalah konten yang mempunyai jumlah like banyak. Berikut ini dokumentasi hasil kegiatan pengembangan akun sosial media instagram minuman herbal berkah setia.



DISKUSI

Berdasarkan masalah yang disampaikan oleh pemilik UMKM maka faktor yang menghambat perkembangan dan pemasaran usaha minuman herbal Berkah Setia adalah karena minimnya pengetahuan dan pengalaman tentang teknologi terutama pada pengoprasian dan pemanfaatan media sosial Instagram, sehingga membuat perkembangan usaha menjadi terhambat dan kurang bersaing dengan produk kompetitor yang sejenis karna UMKM minuman herbal Berkah Setia lebih memperkenalkan dan mempromosikan secara konvensional atau secara langsung dengan menitipkan produk ke beberapa pusat oleh-oleh dan sentra UMKM.

Pada kegiatan pengabdian yang kami lakukan, kami mengedukasi dan melakukan pendampingan dalam penggunaan sosial media Instagram yang optimal agar mampu memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Dengan terlaksananya proker kegiatan ini Ibu Juwati selaku

pemilik UMKM minuman herbal Berkah Setia memberikan respon yang positif karena merasa terbantu akan adanya kegiatan pengabdian yang dilakukan karena dapat membantu meningkatkan jangkauan pasar dan membantu meningkatkan penjualan produk minuman herbal Berkah Setia.

KESIMPULAN

Melalui Kegiatan Pengabdian Masyarakat tentang pemanfaatan sosial media Instagram pada UMKM minuman herbal Berkah Setia dapat berjalan dengan baik. Ibu Juwati selaku pemilik usaha dapat memanfaatkan pelatihan yang dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Dengan dilakukannya kegiatan kuliah praktek pemberdayaan masyarakat KPPM ini harapannya dapat membantu pemilik usaha minuman herbal Berkah Setia dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk perkembangan usaha. Saran yang dapat diberikan dari hasil kegiatan pengabdian ini adalah perlu adanya tidak lanjut berupa pendampingan yang berkelanjutan agar nantinya pemilik usaha UMKM minuman herbal Berkah Setia mendapatkan bimbingan dan pembinaan yang konsisten agar pelatihan pemanfaatan sosial media instagram yang dilakukan dapat lebih terampil sehingga nantinya pemilik usaha dapat terbiasa mengoperasikan secara mandiri dan mampu memafaatkannya untuk mengembangkan usaha UMKM minuman herbal Berkah Setia.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Artikel jurnal ini ditulis oleh Darwati NIM 2020101044, Aqilla Aura Anggreini Saputri NIM 2020105008, Uni Masrochati Uliyah NIM 2020105005, Erlina Meidiana Putri NIM 2020101021, Wulan Aktamiati NIM 2020101049, berdasarkan hasil penelitian “*Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi, Informasi, Dan Promosi Di UMKM Minuman Herbal Berkah Setia*” yang terletak pada Dusun Ngablak, Desa Kadirejo Kecamatan Pabelan Kabupaten Semarang milik Ibu Juwati yang diselenggarakan oleh kelompok kuliah praktek pemberdayaan masyarakat KPPM 2024 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “AMA” Salatiga yang didampingi oleh Dosen Pembimbing Lapangan Ibu Rina Sari Qurniawati, SE., M.Sc. Dengan bekerja sama dengan pemerintah Desa Kadirejo Kecamatan Pabelan. Isi sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

DAFTAR REFERENSI

- Zulham. (2017). “Penerapan Teknologi Informasi Menentukan Keberhasilan Dunia Perusahaan Industri”.
- Lammenett, E. (2021). Facebook und Instagram. Praxiswissen Online-Marketing, 417–435. https://doi.org/10.1007/978-3-658-32340-0_14
- Ardiansyah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing. Bandung: CV Cendekia Press.
- Sari Nurul Amalia.(2022). PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR. Jurnal Universitas Negeri Makassar.
- Setiyani Asri, Yuliyanti Tri, Rahmadanik Dida (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo.Jurnal Ilmiah Multidisiplin.Vol.1, No.3