

Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penghasilan UMKM Pia Dara Kota Lhokseumawe

IC Rachman^{1*}, Nursyidah², Hismendi³, Yetty Tri Putri⁴, Yusmika Indah⁵, Julia Afrianti⁶

^{1,3} Jurusan Tata Niaga Politeknik Negeri Lhokseumawe
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 Lhokseumawe

¹intan_yuan@yahoo.com (penulis korespondensi)

Abstrak— Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah bisnis yang dijalankan individu, rumah tangga, atau badan usaha ukuran kecil. UMKM Pia Dara adalah salah satu UMKM di Kota Lhokseumawe yang bergerak di usaha produksi roti. UMKM Pia Dara masih melakukan penjualan secara tradisional dan konvensional dengan cara dengan meletakkan barang hasil produksinya ke warung ataupun kedai-kedai serta beberapa sekolah. Penjualan yang dilakukan belum memanfaatkan penggunaan teknologi yang telah maju pesat, khususnya digital marketing. Digital marketing atau pemasaran digital adalah proses melakukan pemasaran suatu produk dengan menggunakan teknologi informasi sehingga dapat membantu produsen memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada konsumen dalam wilayah yang lebih luas. Media digital marketing yang tersedia saat ini sangatlah banyak, seperti Instagram, Facebook ads, YouTube, WhatsApp, Google bisnis, TikTok. Dari sekian media pemasaran digital yang dapat digunakan secara gratis maka Instagram adalah salah satu media sosial yang paling sering digunakan karena sangat mudah dalam penggunaannya. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bagi UMKM Pia Dara sebagai mitra. Pengabdian masyarakat ini bertujuan agar UMKM tersebut dapat menggunakan Digital Marketing dalam memasarkan barang produksinya. Metode yang digunakan dalam pelatihan adalah ceramah dan praktek langsung penggunaan Instagram sebagai media pemasaran digital kepada pemilik, seorang tenaga administrasi, dan 4 orang pekerja UMKM Pia Dara. Pelatihan dilaksanakan di kantor UMKM Pia Dara di Kota Lhokseumawe. Hasil pelatihan ini adalah anggota UMKM Pia Dara telah mampu membuat akun Instagram yang akan digunakan untuk memasarkan produknya. Diharapkan produk yang dihasilkan oleh UMKM Pia Dara semakin dikenal oleh masyarakat dan pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah produk yang terjual.

Kata kunci— UMKM, Pemasaran Digital, Instagram.

Abstract— Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are businesses run by individuals, households, or small business entities. MSME Pia Dara is one of the MSMEs in Lhokseumawe City which is engaged in the bread production business. MSME Pia Dara still sells traditional and conventional ways by placing their products in stalls or shops and several schools. Their sales have not yet taken advantage of the use of technology that has advanced rapidly, especially digital marketing. Digital marketing is the process of marketing a product using information technology so that it can help manufacturers introduce and market their products to consumers in a wider area. There are many digital marketing media available today, such as Instagram, Facebook ads, YouTube, WhatsApp, Google business, TikTok. Of all the digital marketing media that can be used for free, Instagram is one of the most used social media because it is very easy to use. Community service activities carried out for MSME Pia Dara as partners. This community service aims to make these MSMEs able to use Digital Marketing in marketing their products. The method used in the training was lectures and direct practice of using Instagram as a digital marketing medium to the owner, administrative staff, and 4 Pia Dara MSME workers. The training was held at the Pia Dara UMKM office in Lhokseumawe City. The result of this training is that MSME member Pia Dara has been able to create an Instagram account that would be used for marketing their products. It is hoped that the products produced by Pia Dara's UMKM will be increasingly known by the public and in the end can increase the number of products sold

Keywords— MSME, Digital Marketing, Instagram.

I. PENDAHULUAN

UMKM Pia Dara merupakan salah satu UMKM yang terdapat di Kota Lhokseumawe. UMKM Pia Dara merupakan salah satu UMKM diantara 2.062 UMKM yang terdapat di Kota Lhokseumawe. Jumlah UMKM tersebut terbagi ke dalam empat kecamatan yang terdapat di Kota Lhokseumawe yaitu Kecamatan Blang Mangat sebanyak 367 UMKM, Kecamatan Muara Dua terdapat 405 UMKM, Kecamatan Muara Satu memiliki 481 UMKM, dan Kecamatan Banda Sakti mempunyai 209 UMKM [1].

UMKM Pia Dara telah berdiri sejak tahun 2017 dan memiliki P-IRT dengan nama perusahaan Aneka Kue. Pada awal berdirinya, UMKM Pia Dara memproduksi kue bakpia. Seiring berjalannya waktu, penurunan minat pembeli terhadap kue bakpia menyebabkan penurunan penghasilan bagi UMKM Pia Dara. Untuk itu, agar usaha mereka tetap berjalan sejak

September 2021 UMKM Pia Dara mengganti produk yang dihasilkan menjadi roti. Jenis roti yang dihasilkan oleh UMKM Pia Dara adalah roti bulat terdiri dari dua jenis dengan rasa coklat dan kelapa serta roti lipat dengan dua jenis rasa yaitu rasa coklat dan srikaya. Jumlah produksi untuk kedua roti tersebut adalah sebanyak 600-1000 buah/hari. Harga jual untuk masing-masing jenis roti adalah Rp.3000 untuk setiap roti bulat dan Rp. 5000 untuk setiap roti lipat. Selama ini, produk roti yang dihasilkan oleh UMKM Pia Dara diletakkan di kedai-kedai, warung ataupun sekolah. Penjualan yang tidak maksimal menyebabkan terkadang terdapat sisa kurang lebih sebanyak 100 buah roti dari berbagai jenis yang tidak terjual. Cara pemasaran yang masih konvensional dan belum menyentuh teknologi menyebabkan UMKM Pia Dara tidak dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Padahal UMKM dapat melakukan pemasaran produk dan transaksi

secara online dengan adanya perkembangan teknologi digital dewasa ini [2].

Kegiatan promosi dan pencarian pasar menggunakan media digital online yang memanfaatkan sarana seperti jejaring sosial dikenal dengan istilah digital marketing. Strategi pemasaran secara digital marketing lebih menjanjikan karena memudahkan calon pelanggan dalam mendapatkan informasi produk dan melakukan transaksi [3]

II. METODOLOGI PELAKSANAAN

A. Waktu dan Tempat

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 13-14 September 2022 di UMKM Pia Dara, Kota Lhokseumawe.

B. Alat dan Bahan

Alat-alat yang digunakan untuk pelatihan hanya *smartphone* dengan kuota internet yang cukup untuk membuat akun *Instagram for Business*.

C. Pemilihan Mitra

Mitra yang dipilih adalah UMKM Pia Dara karena UMKM tersebut merupakan salah satu UMKM dalam binaan Politeknik Negeri Lhokseumawe. Dalam proses pembinaan selama ini diketahui jika UMKM Pia Dara sangat terkendala dengan sistem pemasaran mereka. Untuk itu, pengabdian masyarakat ini dilakukan agar UMKM Pia Dara dapat memperbaiki sistem pemasaran mereka selama ini dengan menggunakan digital marketing. Oleh karena itu, diharapkan hasil dari kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan UMKM Pia Dara tentang sistem pemasaran dan keterampilan para mitra dalam menggunakan dan mengelola Instagram yang digunakan untuk memasarkan produk-produk yang diproduksi oleh UMKM Pia Dara. Diharapkan dengan penggunaan Instagram maka UMKM Pia Dara dapat meningkatkan penjualannya.

D. Metode Pelaksanaan

Tahapan pelatihan *digital marketing* bagi UMKM Pia Dara adalah sebagai berikut::

1. Tahap persiapan, kegiatan yang dilakukan:
 - a. Melakukan komunikasi awal dengan pimpinan UMKM Pia Dara
 - b. Melakukan survey awal ke lokasi kegiatan.
 - c. Pembuatan video dan slide powerpoint
2. Tahap pelaksanaan.
 - a. Sesi pengajaran: Teori dan Praktek.
 - b. Sesi tanya jawab.

Pelatihan digital marketing bagi UMKM Pia Dara fokus mengajarkan pemilik dan karyawan UMKM Pia Dara untuk memasarkan produknya dengan menggunakan media sosial Instagram. Pelaksanaan program pelatihan digital marketing bagi mitra terdiri atas dua tahap: sesi mengajar dan sesi tanya jawab.

Pada sesi mengajar, para mitra akan diberi materi tentang digital marketing dan pembuatan akun instagram. Selain itu, para mitra juga akan diminta mempraktekkan materi yang baru mereka pelajari dengan cara membuat akun Instagram pribadi mereka. Setelah praktek dengan akun pribadi, dilanjutkan dengan pembuatan akun *Instagram* bagi bisnis roti UMKM Pia Dara. Dengan itu, pemateri dapat mengevaluasi kemajuan mitra pada setiap pertemuan.

Sesi mengajar diikuti oleh sesi tanya jawab, dimana para mitra dapat bertanya seputar materi yang diajarkan atau hal-hal terkait digital marketing lainnya kepada pemateri.

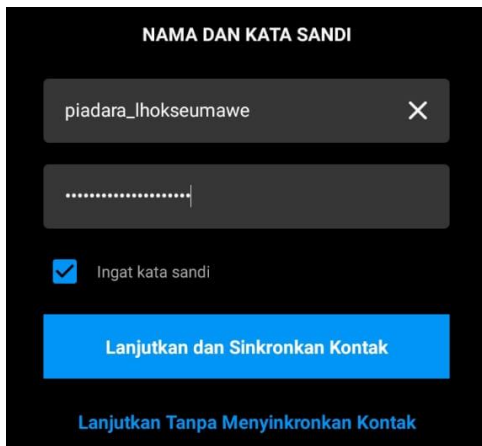
Pada akhir pelatihan, diadakan evaluasi dengan mengetes kemampuan mitra dalam digital marketing khususnya pembuatan akun instagram. Para mitra kemudian akan diminta menunjukkan cara mengelola akun tersebut selama enam bulan termasuk bagaimana menghadapi dan menjawab pertanyaan dari konsumen yang berniat membeli barang dagangan mitra. Setelah program pelatihan usai, diharapkan apabila para pelaku usaha tetap melakukan update terhadap produk yang dihasilkan oleh mitra. agar kemampuan digital marketing yang mereka dapatkan dari pelatihan tetap terjaga.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Instalasi dan Pembuatan akun Instagram

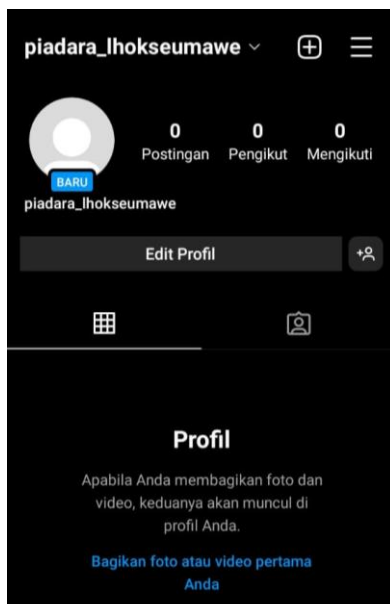
Langkah-langkah dalam pembuatan akun Instagram UMKM Pia Dara adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuat akun *Instagram*, diperlukan aplikasi *Instagram* pada perangkat *smartphone*. Jika belum ada, maka aplikasi dapat diinstall melalui Playstore.
2. Jika sudah ada aplikasi Instagram, dapat langsung membuka aplikasinya. Jika sudah ada akun, maka dapat langsung mengisi *username* dan *password* lalu klik "Log in". Jika belum memiliki akun maka klik "Sign up."
3. Untuk membuat Instagram, setelah klik "sign up", pilih salah satu apakah akan mendaftar menggunakan nomor telepon atau email. Pia Dara membuat instagram menggunakan email. Isi email yang akan digunakan pada instagrm, lalu klik "selanjutnya". Maka akan muncul tampilan pemberitahuan kode konfirmasi yang akan di kirim ke email. Lalu, buka email lihat kode yang sudah di terima, kembali ke aplikasi instagram dan isi kode tersebut, setelah isi klik "selanjutnya".
4. Setelah itu, akan muncul tampilan seperti pada Gambar 1, yang meminta untuk mengisi nama akun dan password untuk akun yang akan digunakan. Di sini UMKM Pia Dara menggunakan nama instagramnya dengan "piadara_lhokseumawe". Setelah isi klik "selanjutnya."



Gambar 1. Tampilan Pendaftaran akun Instagram

5. Selanjutnya isi tanggal lahir, setelah selesai klik "selanjutnya". Jika sudah sesuai dengan yang di inginkan klik "daftar".
6. Jika ingin mempunyai teman bisa klik "cari teman" pada tampilan yang muncul setelah mengklik tombol "daftar". Tahap ini bisa dilewati dengan mengklik "lewati". Tahap mencari teman ini bisa dilakukan nanti setelah akun selesai dibuat.
7. Langkah selanjutnya adalah memilih foto yang akan di jadikan foto profil pada akun *Instagram*. Klik "tambahkan foto" untuk menambah foto.
8. Setelah itu akan muncul tampilan untuk menambahkan beberapa akun *instagram* yang bisa kita ikuti. Tahapan ini bisa dilewati dengan cara klik tanda panah pada ujung kanan atas.
9. Akun *Instagram* sudah selesai, dan bisa langsung digunakan. Tampilan awal akun *Instagram* Pia Dara yang baru dibuat dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Tampilan awal akun *Instagram* UMKUM Pia Dara yang baru dibuat

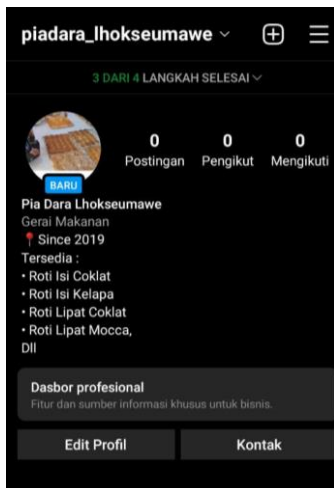
B. Pengaturan akun *Instagram* Bisnis

Sebuah akun *instagram* dapat dijadikan akun profesional atau akun bisnis. Oleh karena akun *Instagram* Pia Dara akan digunakan untuk keperluan bisnis, maka perlu dilakukan langkah-langkah pengaturan lanjut untuk menjadikan akun tersebut sebagai akun *Instagram* Bisnis. Langkah-langkah pengaturannya adalah sebagai berikut:

1. Buka pengaturan pada akun *instagram*, lalu pilih option "akun", kemudian pilih "beralih ke akun Profesional".
2. Kemudian dilanjutkan dengan pemilihan jenis kategori yang sesuai dengan jenis usaha. Setelah selesai dipilih, klik "tampilkan di profil", lalu klik "selesai".
3. Tahapan selanjutnya adalah memilih jenis akun. Ini dilakukan dengan meng klik pada "bisnis", lalu klik "selanjutnya".
4. Langkah selanjutnya adalah mengisi tentang info kontak, yaitu nomor telepon dan alamat. Setelah diisi maka dipilih "tampilkan info kontak", dan klik "selanjutnya".
5. Setelah itu, jika ingin menghubungkan akun dengan facebook klik "login ke facebook", dan jika tidak. maka klik "lewati".

Ciri khas yang membedakan akun pribadi dengan bisnis ialah adanya fitur kontak dan alamat di bawah nama profil. Keuntungan ini memberikan kemudahan bagi para pengikut akun untuk cari informasi lebih detail tentang bisnis yang dijalankan. Terdapat juga alamat email dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Hal ini memudahkan para pengikut untuk melakukan transaksi dengan sekali tekan di profil *Instagram* usaha.

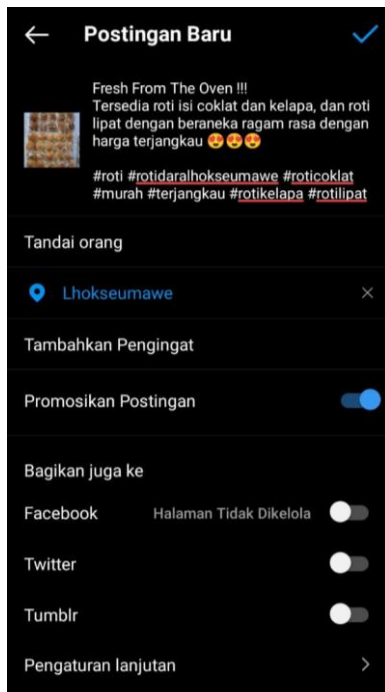
Setelah dipilih menjadi akun profesional, akan muncul tampilan untuk mengisi semua fitur yang sudah disediakan untuk mempersiapkan akun profesional, yaitu mulai dari melengkapi profil yaitu seperti nama bisnis, foto profil, situs web, bio, dan lain-lain, sampai pada fitur terakhir, yaitu jelajahi fitur profesional. Jika semua fitur sudah dilengkapi maka akun sudah siap untuk digunakan. Gambar 3 menampilkan bio yang dibuat oleh UMKM Pia Dara untuk melengkapi profil akun *instagram*nya. Setelah selesai mengisi semua fitur yang sudah disediakan, akun bisnis sudah selesai. Langkah selanjutnya adalah mengisi konten untuk mempromosikan produk.



Gambar 3. Tampilan bio *Instagram* Bisnis UMKM Pia Dara.

C. Pembuatan Konten untuk Promosi

Promosi secara online dinilai lebih efektif pada Instagram, karena pengguna platform ini yang cukup tinggi. Saat jangkauan luas sudah pasti potensi usaha untuk laku juga semakin tinggi. Setelah itu, postingan juga dapat dilihat oleh banyak orang bahkan oleh orang yang tidak mengikuti akun bisnis. Cara mempromosikan bisnis UMKM Pia Dara yaitu dengan cara memposting produk yang akan dijual, dapat berupa gambar, video atau live streaming. Salah satu caranya yaitu dengan memposting produk yang akan dijual. Postingan dapat berupa foto maupun video. Contoh salah satu postingan foto yang dibuat oleh UMKM Pia Dara untuk *Instagram* Bisnisnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan posting pada *Instagram* Bisnis UMKM Pia Dara.

D. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan pemasaran digital yang diberikan kepada UMKM Pia Dara dalam bentuk pelatihan untuk pembuatan Instagram for Bussiness. Pelatihan ini dilakukan diharapkan dapat mengatasi permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh UMKM Pia Dara selama ini.

Gambar 5 menampilkan proses untuk mengajarkan pembuatan Instagram for business bagi pemilik dan karyawan UMKM Pia Dara, Materi diberikan dalam bentuk tampilan power point yang menunjukkan langkah-langkah dalam proses pembuatan Instagram for business. Setiap tampilan layar yang ditampilkan oleh pemateri langsung dipraktekkan oleh pihak UMKM Pia Dara.

Pelatihan digital marketing yang diberikan dibantu oleh para mahasiswa yang sudah terlibat sejak dari proses pembuatan proposal. Seperti yang ditampilkan dalam Gambar 6, selain narasumber, para mahasiswa membantu pihak admin UMKM Pia Dara dalam membuat akun Instagram for business UMKM Pia Dara hingga dapat menampilkan gambar yang menarik sehingga akan banyak orang yang tertarik untuk membelinya.



Gambar 5. Suasana penyampaian materi *digital marketing* di UMKM Pia Dara



Gambar 6. Pemilik UMKM Pia Dara sedang mempraktekkan langkah-langkah pembuatan *Instagram* Bisnis.

IV. KESIMPULAN

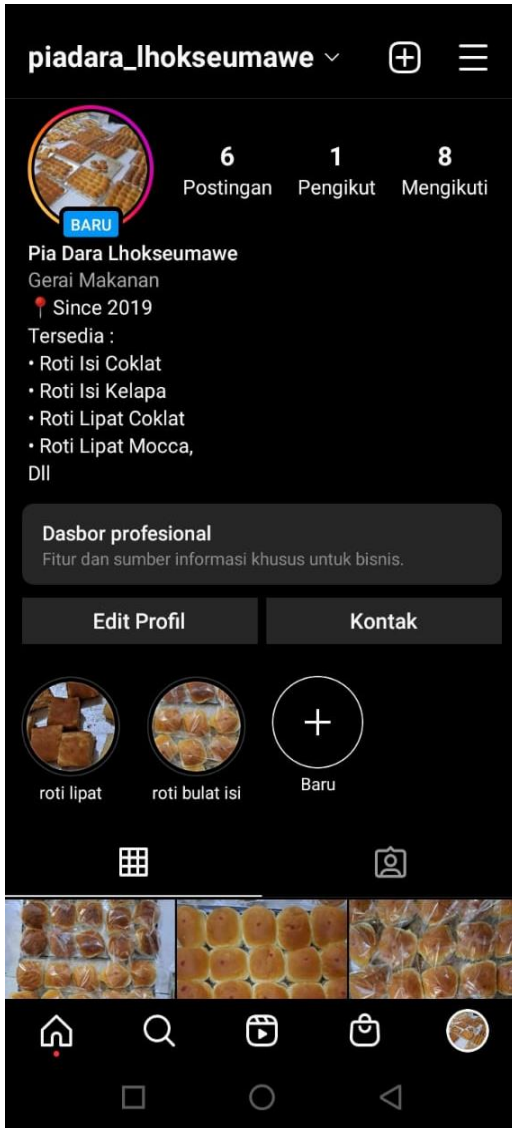
Instagram for business milik UMKM Pia Dara dapat dilihat pada Gambar 7. Setelah UMKM Pia Dara mempraktikkan proses pembuatan Instagram for business, maka diharapkan:

1. Pemasaran produk kue yang dihasilkan oleh UMKM Pia Dara akan menjangkau wilayah yang lebih luas.
2. Semakin banyaknya masyarakat yang mengetahui tentang kue yang diproduksi oleh UMKM Pia Dara maka semakin mudah memasarkan produknya
3. Peningkatan jumlah penjualan produk kue UMKM Pia Dara sangat diharapkan agar UMKM Pia Dara dapat terus melanjutkan usahanya dan berkembang menjadi industry roti yang besar

Dari hasil kegiatan pelatihan ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Para peserta memahami proses pembuatan Instagram for business dan dapat mempraktikkannya dengan baik. Pelatihan ini memberikan manfaat berupa ketrampilan dalam membuat dan mengelola Instagram for business sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pemasaran produk yang dihasilkan oleh UMKM Pia Dara. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi peserta. Oleh karena itu, peserta meminta pelatihan lanjutan untuk dapat mempelajari sistem pemasaran lainnya.

REFERENSI

- [1] BPS. 2022. Lhokseumawe dalam Angka.
- [2] Jannatin, Rahmatul, Wahyu, Wardhan, Haryanto Rudi, Febriyanto, Agus. 2020. Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. Jurnal Impact: Implementation and Action, Volume 2 Nomor 2, 2020
- [3] D. Purwana, R. Rahmi, dan S. Aditya, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit", JPMM, vol. 1, no. 1, pp. 1 - 17, Mei 2017.



Gambar 7. Instagram Bisnis UMKM Pia Dara yang telah digunakan untuk mempromosikan produknya.