

PEMBERDAYAAN UMKM JAHE MERAH BUNTIK DENGAN PENGUNAAN INSTAGRAM MARKETING

Kevin Aufa Ramadhan¹, Salsabila Chaelani², Yulianti³, Abdul Rahman⁴

^{1,2,3} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Ciputat Timur, Kota Jakarta Selatan Ibu Kota Jakarta 15419

⁴Jurusan Ilmu Administrasi Politik, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Ciputat Timur, Kota Jakarta Selatan Ibu Kota Jakarta 15419

*kevinaufaramadhan@gmail.com, chaelanisalsabila@gmail.com, yulianti02@gmail.com,
abdulrahman@umj.ac.id

ABSTRAK

Pada era saat ini, masyarakat sangat kreatif dalam memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang mengalami kemajuan yang pesat dengan membuat karya-karya baru, berkomunikasi, maupun berbisnis dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi dan informasi yang berkembang pesat. Dengan begitu masyarakat bisa mengakses semua informasi di internet karena kecanggihan teknologi dan informasi pada saat ini. Perkembangan teknologi memudahkan arus pertukaran informasi, dari banyaknya *platform* yang dapat di manfaatkan salah satunya adalah *Instagram*. Banyaknya pengguna *Instagram* membuat jejaring sosial ini semakin berfungsi terlebih sebagai media untuk berbisnis. Tujuan program ini untuk membantu meningkatkan ekonomi masyarakat yang terkena dampak pandemi Covid 19 dengan pendemberdayaan Jahe Merah BunTik dengan penggunaan *Instagram Marketing*. Pelaksanaan program ini dilakukan secara *online* pada akun Instagram Jahe Merah BunTik. Serta tujuan yang ingin di capai ingin memaksimalkan promosi yang dilakukan secara *online* agar terlihat lebih menarik. Teknis pelaksanaannya dengan melaksanakan *photoshoot* produk, membuat *design feeds Instagram*, dan mengaktifkan penggunaan promosi melalui *Instagram Ads*.

Kata kunci: Instagram, Bisnis Online, Jahe Merah BunTik

ABSTRACT

In this era, people are very creative in utilizing the sophistication of technology and information which is progressing rapidly by creating new works, communicating, or doing business by utilizing the sophistication of technology and information that is growing rapidly. That way people can access all information on the internet because of the sophistication of technology and information at this time. Technological developments facilitate the flow of information exchange, of the many platforms that can be utilized, one of which is Instagram. Many of Instagram users makes this social network more and more functioning especially as a medium for business. The purpose of this program is to help improve the economy of people affected by Covid 19 pandemic by empowering BunTik Red Ginger by using Instagram Marketing. The implementation of this program is carried out online on the BunTik Red Ginger Instagram account. And the goal is to maximize promotions carried out online to make it look more appealing. The technical implementation is by carrying out photoshoots product, design Instagram feeds, and activate the use of promotions through Instagram Ads.

Keywords: Instagram, Online Business, Jahe Merah BunTik

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberi dampak pada ketidakstabilan ekonomi, termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Secara umum, mayoritas dari pelaku UMKM mengalami penurunan pendapatan bahkan kebangkrutan akibat pandemi Covid-19 (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Aspek utama yang sangat berdampak bagi pelaku UMKM salah satunya adalah penurunan jumlah penjualan yang membuat kondisi keuangan

UMKM dalam kondisi krisis. Pembatasan kegiatan sosial membuat UMKM sulit untuk bergerak mengembangkan skala usaha jika hanya memanfaatkan metode konvensional tersebut. Pelaku usaha telah melakukan berbagai cara merespon kondisi sulit ini untuk mempertahankan usahanya. Salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM adalah dengan melakukan optimalisasi *digital marketing* terutama dalam sektor peningkatan *social media marketing, online advertising*.

Dengan melakukan digitalisasi pemasaran, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan *online engagement* untuk mengembangkan skala usaha di tengah pandemi Covid-19. Nadya (2016) menjelaskan bahwa ketepatan dalam pemilihan media yang sesuai dengan perkembangan teknologi, sesuai dengan kecenderungan perilaku konsumen dalam media elektronik, dengan sendirinya memberikan opini yang menimbulkan pertimbangan bagi calon konsumen lain untuk melakukan pembelian. (Raharja & Natari, 2021)

Bermunculannya berbagai aplikasi media sosial ini menimbulkan peluang bagi masyarakat dalam melakukan suatu usaha. Peluang terhadap media sosial tidak berhenti hanya pada usaha produk. Salah satu aplikasi yang sering digunakan untuk melakukan digitalisasi pemasaran adalah Instagram, Instagram salah satu media sosial populer di Indonesia berada di peringkat kedelapan dengan pengguna mencapai 10%. Berdasarkan sumber e-marketer.com (2017), penggunaan Instagram di Indonesia bagi pengguna dengan usia 16-35 tahun, melakukan posting foto-foto. Di Indonesia, jumlah pengguna Instagram aktif mencapai 22 juta orang. Adapun dengan persebaran demografi pengguna Instagram 18-29 tahun memiliki penggunaan terbesar yaitu 83%. Namun 18% dari mereka yang berumur 30-49 tahun dan 6% dari umur 50-64 tahun juga menggunakan Instagram. Berdasarkan data tersebut, maka Instagram merupakan salah satu media yang potensial untuk digunakan sebagai media promosi. (Indika & Jovita, 2017)

Berdasarkan hal tersebut maka dari itu penulis ingin membantu meningkatkan ekonomi masyarakat yang terkena dampak pandemi Covid-19 dengan pendembdayaan Jahe Merah BunTik dengan penggunaan *Instagram Marketing*. Pelaksanaan program ini dilakukan secara online pada akun Instagram Jahe Merah BunTik. Serta tujuan yang ingin dicapai ingin memaksimalkan promosi yang dilakukan secara online agar terlihat lebih menarik.

2. METODE PELAKSANAAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat khusus, karena dalam

KKN darma pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat dipadukan kedalamnya dan melibatkan sejumlah mahasiswa dan sejumlah staf pengajar ditambah unsur masyarakat. KKN merupakan suatu kegiatan perkuliahan intrakurikuler dalam bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan mahasiswa secara interdisipliner dan lintas sektoral. Kegiatan ini ditujukan untuk mengembangkan kepekaan rasa dan kognisi sosial mahasiswa serta membantu proses pembangunan.

“KKN adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh mahasiswanya di bawah bimbingan dosen dan pimpinan pemerintah daerah”. Pengertian pengabdian kepada masyarakat ialah pengalaman ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi secara ilmiah dan melembaga langsung kepada masyarakat untuk mensukseskan pembangunan dan pengembangan manusia pembangunan menuju tercapainya manusia yang maju, adil dan sejahtera berdasarkan Pancasila, serta meningkatkan pelaksanaan misi dan fungsi Perguruan Tinggi.

Dalam menjalankan program KKN berbasis *online* ini dengan judul Pemberdayaan UMKM Jahe Merah BunTik dengan penggunaan Instagram marketing di Jl Kebon Jahe Kober, Gg II no 16 RT 006/RW008 Kelurahan Petojo Selatan Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat. Untuk dapat menjalankan kegiatan pengabdian masyarakat ini maka diperlukan tahapan metode pelaksanaan yang terstruktur. Berikut ini metode pelaksanaan program:

Minggu ke 1

Mencari mitra lalu meminta permohonan lembar persetujuan mitra untuk bekerja sama dalam kegiatan KKN 2021

Minggu Ke 2

Sesi pemotretan produk Jahe Merah BunTik dan proses pembuatan *design feeds Instagram* untuk akun Instagram UMKM Jahe Merah BunTik

Minggu ke 3

Presentasi kepada mitra untuk menyertakan hasil produksi yang telah dilakukan, serta

rencana promosi untuk usaha mitra melalui *zoom meetings*.

Minggu ke 4

Mengunggah foto dan design kea kun Instagram Jahe Merah BunTik, serta memulai penggunaan *Instagram Ads*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program online ini dapat terealisasikan dengan baik dan sesuai rencana. Pertama, mulai dari meminta surat permohonan mitra untuk bekerja sama pada KKN 2021 ini, lalu melakukan sesi *photoshoot*



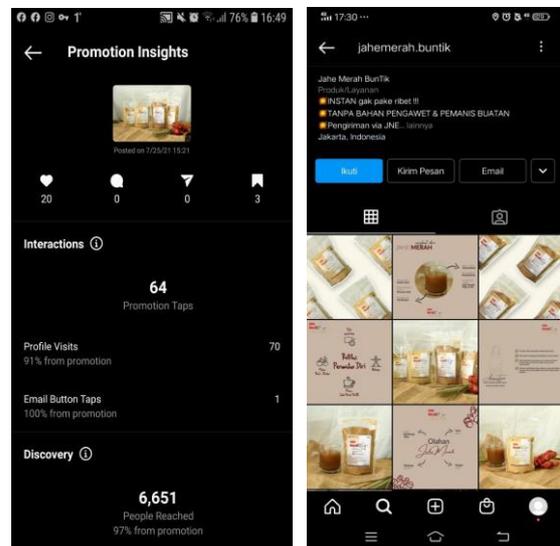
Gambar.1 Sesi *Photoshoot* Produk Jahe Merah BunTik

melakukan presentasi hasil produksi berupa *photoshoot* dan design feeds Instagram kepada mitra via *zoom meetings*.



Gambar.2 Presentasi hasil produksi dari *photoshoot & design feeds Instagram*.

Melaksanakan pengunggahan foto ke *feeds* Instagram akun @jahemerah.buntik, serta mengaktifkan *Instagram Ads*.



Gambar.3 Mengunggah foto dan design, serta mulai untuk penggunaan Instagram Ads.

Dari kegiatan promosi menggunakan *Instagram Ads* yang dilakukan untuk akun Jahe Merah BunTik, hasilnya adalah Post Instagram dilihat oleh 6,651 akun, dan ada sebanyak 70 akun yang mengunjungi *profile* Instagram @jahemerah.buntik ini.

5. KESIMPULAN

KKN merupakan salah satu mata kuliah wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa, tetapi tidak dilakukan di dalam ruang kelas, melainkan melalui berbagai kegiatan di tengah-tengah masyarakat. Dengan adanya KKN inilah mahasiswa diharapkan mampu menjadi bagian dari masyarakat secara aktif, kreatif, dan

inovatif terlibat dalam dinamika yang terjadi di masyarakat.

Pelaksanaan KKN *Online* Universitas Muhammadiyah Jakarta Tahun 2021 dapat dilaksanakan sesuai program masing-masing mahasiswa melalui program pemberdayaan berbasis *online* serta dapat mengasah kemampuan kerjasama dengan rekan sesama mahasiswa, dosen dan para mitra, di mana dengan bekal keahlian dan pemanfaatan teknologi informasi ini dapat memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan suatu mitra UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

banyak mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas doa, dukungan, bantuan, arahan, bimbingan serta motivasi kepada :

1. Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan KKN.
2. UMKM Jahe Merah BunTik dengan *owner*nya yaitu Tika Yuartika selaku mitra kegiatan KKN ini yang telah membantu dan melancarkan kegiatan KKN ini

3. Abdul Rahman, S. AP., M. A, selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN UMJ Kelompok 78 yang telah membimbing, mengarahkan dan meluangkan waktunya dalam proses kegiatan KKN Berbasis *Online*.
4. Rekan-rekan KKN UMJ Kelompok 78 yang telah bekerja sama menyelesaikan program kerja dengan penuh dedikasi demi suksesnya kegiatan KKN ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>