

Pelatihan Instagram untuk branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren

Instagram training for MSME branding in Pondok Aren District

Hery Derajad Wijaya*, Diky Firdaus

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mercu Buana

Jl. Raya, RT.4/RW.1, Meruya Sel., Kec. Kembangan, Jakarta

*Email Korepondensi: herry.derajad@mercubuana.ac.id

Diterima: 27 April 2024/ Revisi: 20 Mei 2024/Disetujui: 31 Mei 2024

DOI: <https://doi.org/10.51978/jatirenov.v3i1.821>

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat teknologi dan penggunaan media sosial telah menciptakan paradigma baru dalam dunia bisnis, khususnya untuk UMKM. Dalam menghadapi era digital ini, pelaku UMKM dituntut untuk berinovasi dan memanfaatkan platform online guna memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah menjadi ruang virtual yang vital bagi berbagai jenis bisnis, memberikan peluang unik untuk memvisualisasikan produk atau jasa, berinteraksi dengan pelanggan, dan menciptakan kehadiran daring yang kuat. Kecamatan Pondok Aren, sebagai lanskap ekonomi yang heterogen dengan beragam jenis UMKM, menyadari perlunya dukungan dan pelatihan khusus agar para pelaku UMKM dapat bersaing secara lebih efektif dalam pasar digital. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah memberikan pemahaman mendalam kepada pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren tentang potensi Instagram sebagai alat strategis dalam pemasaran dan branding. Metode pelaksanaan kegiatan difokuskan dalam penanganan permasalahan bersama mitra ekonomi produktif, dan mitra tidak produktif secara ekonomi/sosial serta partisipasi mitra. Hasil dari pelaksanaan kegiatan PKM ini menunjukkan peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan Instagram untuk branding. Peserta juga dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh untuk membuat konten yang lebih menarik dan engaging, serta meningkatkan visibilitas dan branding UMKM mereka. Program ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan mereka dalam membantu pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Program PKM ini perlu dilanjutkan secara berkala untuk membantu lebih banyak UMKM di Kecamatan Pondok Aren dalam meningkatkan branding dan penjualan mereka melalui Instagram.

Kata Kunci: branding, Instagram, pelatihan media sosial, UMKM

ABSTRACT

The rapid growth of technology and the use of social media has created a new paradigm in the business world, especially for MSMEs. In facing this digital era, MSME players are required to innovate and utilize online platforms to expand market reach and increase the sustainability of their businesses. In recent years, Instagram has become a vital virtual space for many types of businesses, providing a unique opportunity to visualize products or services, interact with customers, and create a strong online presence. Pondok Aren District, as a heterogeneous economic landscape with various types of MSMEs, realizes the need for special support and training so that MSME players can compete more effectively in the digital market. The main aim of this training is to provide in-depth understanding to MSMEs in

Hery Derajad Wijaya, Diky Firdaus.

Pelatihan instagram untuk branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren

Pondok Aren District about the potential of Instagram as a strategic tool in marketing and branding. The method of implementing activities is focused on handling problems with productive economic partners and economically/socially unproductive partners as well as partner participation. The results of implementing this PKM activity show that training participants have increased their knowledge and skills in using Instagram for branding. Participants can also apply the knowledge and skills they gain to create more interesting and engaging content, as well as increase the visibility and branding of their MSMEs. This program also provides an opportunity for the community to apply their knowledge and skills in helping MSMEs in Pondok Aren District. This PkM program needs to be continued periodically to help more MSMEs in Pondok Aren District increase their branding and sales via Instagram.

Keywords: *training, social media, Instagram, branding, MSMEs*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat teknologi dan penggunaan media sosial telah menciptakan paradigma baru dalam dunia bisnis, khususnya untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam menghadapi era digital ini, pelaku UMKM dituntut untuk berinovasi dan memanfaatkan platform online guna memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Di tengah dinamika ini, Kecamatan Pondok Aren, sebagai salah satu pusat UMKM di wilayahnya, merespon dengan menggelar kegiatan pelatihan khusus, yakni "Pelatihan Instagram untuk Branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren."

Pelatihan ini didesain sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak para pelaku UMKM akan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan Instagram, salah satu platform media sosial terpopuler, sebagai alat efektif untuk membangun dan meningkatkan citra merek (branding) mereka. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah menjadi ruang virtual yang vital bagi berbagai jenis bisnis, memberikan peluang unik untuk memvisualisasikan produk atau jasa, berinteraksi dengan pelanggan, dan menciptakan kehadiran daring yang kuat. Kecamatan Pondok Aren, sebagai lanskap ekonomi yang heterogen dengan beragam jenis UMKM, menyadari perlunya dukungan dan pelatihan khusus agar para pelaku UMKM dapat bersaing secara lebih efektif dalam pasar digital. Pelatihan ini tidak hanya mencakup aspek teknis penggunaan Instagram, tetapi juga strategi branding yang dapat membantu UMKM membedakan diri dan menarik perhatian konsumen potensial.

Kecamatan Pondok Aren terletak di salah satu kawasan perkotaan yang berkembang pesat, kecamatan ini dikenal sebagai pusat aktivitas bisnis dengan keberagaman UMKM yang mencakup berbagai sektor seperti kuliner, fesyen,

kerajinan lokal, dan layanan. Kecamatan Pondok Aren memiliki potensi ekonomi yang besar dengan keberadaan sejumlah UMKM yang telah menjadi tulang punggung perekonomian lokal. Namun, dalam menghadapi tantangan globalisasi dan pergeseran perilaku konsumen menuju platform digital, UMKM di wilayah ini perlu beradaptasi untuk tetap relevan dan berkembang. Peningkatan daya saing dan keberlanjutan bisnis menjadi kunci dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah.

Dalam beberapa tahun terakhir, pergeseran konsumen ke ranah digital telah menciptakan paradigma baru dalam strategi pemasaran. Konsumen kini cenderung mencari informasi produk dan jasa secara online sebelum membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, kehadiran media *online* yang kuat dan strategi pemasaran digital yang efektif menjadi sangat penting. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial paling populer, menawarkan peluang besar bagi bisnis, termasuk UMKM. Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan, Instagram tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi foto dan video, tetapi juga menjadi platform bisnis yang potensial. Kelebihan visualitas dan interaktifitas yang ditawarkan Instagram membuatnya menjadi alat yang efektif untuk membangun brand awareness, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Pelatihan "Instagram untuk Branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren" tidak hanya berfokus pada penggunaan dasar Instagram, tetapi juga membahas strategi branding yang dapat meningkatkan citra dan keberlanjutan UMKM. Dengan pemahaman mendalam tentang bagaimana menggunakan Instagram sebagai alat untuk mendorong branding, UMKM dapat lebih efektif dalam menjangkau konsumen, membangun hubungan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Pelatihan ini diarahkan untuk memberikan keahlian praktis kepada para pelaku UMKM dalam hal pengelolaan akun bisnis Instagram, produksi konten yang menarik, analisis kinerja, dan penggunaan fitur-fitur khusus Instagram seperti Instagram Shopping. Dengan demikian, diharapkan para peserta dapat mengoptimalkan potensi Instagram sebagai alat *branding* yang dapat memberikan dampak positif pada bisnis mereka.

Seperti halnya riset yang pernah dilakukan Suryani *et al.* (2022) dari pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik dalam rangka pengabdian kepada masyarakat bagi

dosen STMIK Indonesia Padang sebagai berikut pembuatan instagram untuk promosi produk kerajinan kampung akrilik kota padang yang dibeikan kepada anggota kampung akrilik. Selain itu riset dari Kusuma *et al.* (2020) mengungkapkan bahwa pemerian pelatihan adalah sesuatu yang dibutuhkan masyarakat sehingga mendapat respon positif khususnya dalam pengenalan urgensi media sosial dalam kegiatan bisnis UMKM.

Program ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM dalam menggunakan Instagram untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Materi pelatihan yang disampaikan meliputi: a) pengenalan platform Instagram dan fitur-fiturnya, b) cara membuat akun Instagram bisnis yang menarik, c) tips dan trik untuk membuat konten yang menarik dan engaging, d) Optimasi penggunaan hashtag dan tagging, e) Strategi branding melalui visual dan storytelling, f) Teknik analisis kinerja dan penyesuaian strategi.

METODE

Waktu dan Tempat

Kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 1 hari pada Rabu, 24 Januari 2024 mulai pukul 08.00 – 11.00 WIB, dengan 43 peserta dari berbagai sektor UMKM di Kecamatan Pondok Aren Pelatihan dilaksanakan di Aula Serbaguna Kantor Kecamatan Pondok Aren.

Kelompok Sasaran/Mitra

Peserta pelatihan terdiri dari para pelaku UMKM yang bergerak di berbagai sektor, mulai dari kuliner, fashion, hingga kerajinan lokal.

Metode Pelaksanaan

Pada Rabu, 24 Januari 2024, Tim Pengabdian Masyarakat (PkM) Universitas Mercu Buana melaksanakan program pelatihan Instagram untuk branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Pelatihan diawali dengan sesi pemahaman dasar tentang

Instagram, termasuk cara membuat akun bisnis, mengoptimalkan profil, dan memahami fitur-fitur kunci platform tersebut.

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi kelompok sasaran/mitra. a) Untuk Mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif dan mengarah ke ekonomi produktif, maka metode pelaksanaan kegiatan terkait dengan tahapan pada minimal 2 (dua) bidang permasalahan yang berbeda yang ditangani pada mitra, seperti: Permasalahan dalam bidang produksi, permasalahan dalam bidang manajemen, dan permasalahan dalam bidang pemasaran. b) Untuk Mitra yang tidak produktif secara ekonomi/sosial minimal 2 (dua) bidang permasalahan, nyatakan tahapan atau langkah-langkah pelaksanaan pengabdian yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi oleh mitra. Pelaksanaan solusi tersebut dibuat secara sistematis yang meliputi layanan kesehatan, dan pendidikan. c) Partisipasi mitra, dimana mitra akan aktif terlibat dalam setiap tahapan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pelatihan ini tim pengabdian masyarakat dari Universitas Mercu Buana melaksanakan program pelatihan intensif untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Fokus utama adalah memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan Instagram, mulai dari pembuatan akun bisnis hingga strategi konten yang efektif. Dari hasil pengabdian telah didapatkan bahwa tingkat produksi mampu meningkat 30% setelah enam bulan setelah pelatihan. Secara usaha pelanggan online juga mengalami peningkatan sebesar 40% tergambar dari jumlah komentar, like, dan pesan langsung.

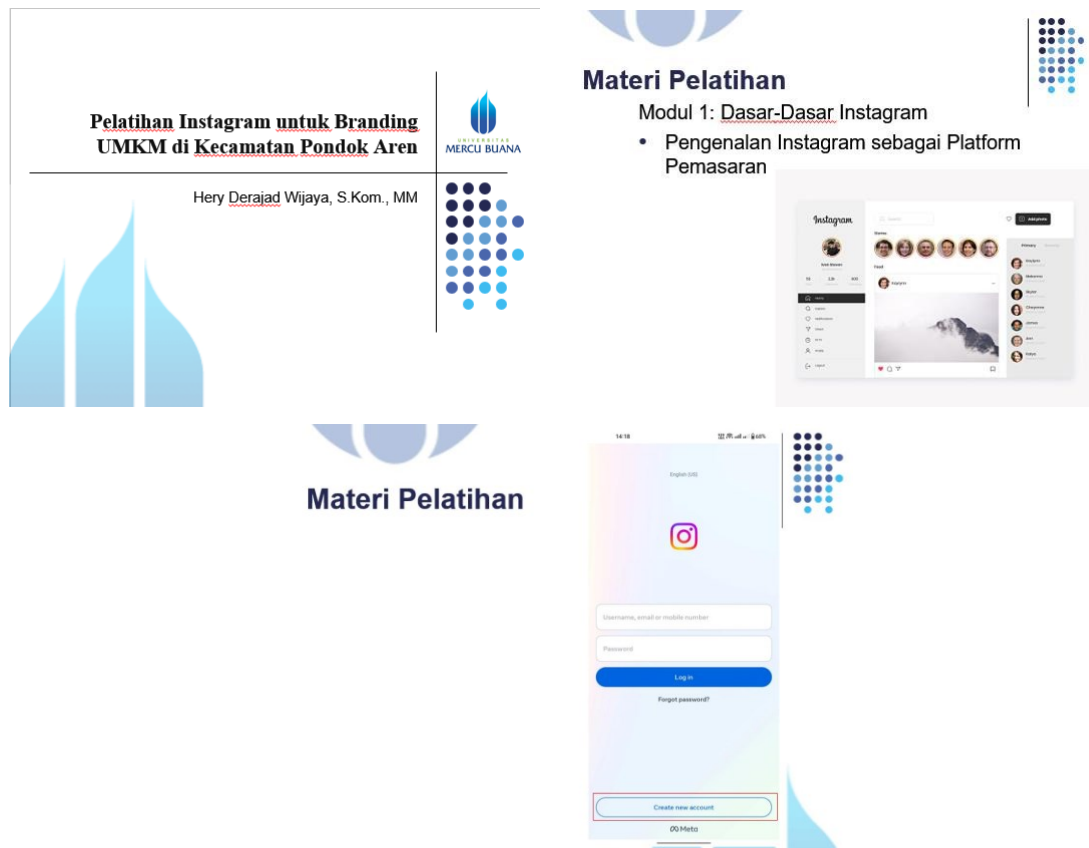
Dalam pelatihan juga diberikan panduan khusus mengenai pengembangan konten yang mencerminkan kearifan lokal dan keunikan produk UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen lokal dan global. Keterberuan konten lokal membuat konsumen meningkat sebesar 50%. Serta secara jumlah pengikut meningkat sebesar 25% di akun Instagramnya setelah enam bulan.

Dalam sesi latihan juga diberikan sesi pelatihan khusus tentang penggunaan hashtag dan tagging yang relevan dan efektif. Dalam pelatihan diarahkan cara

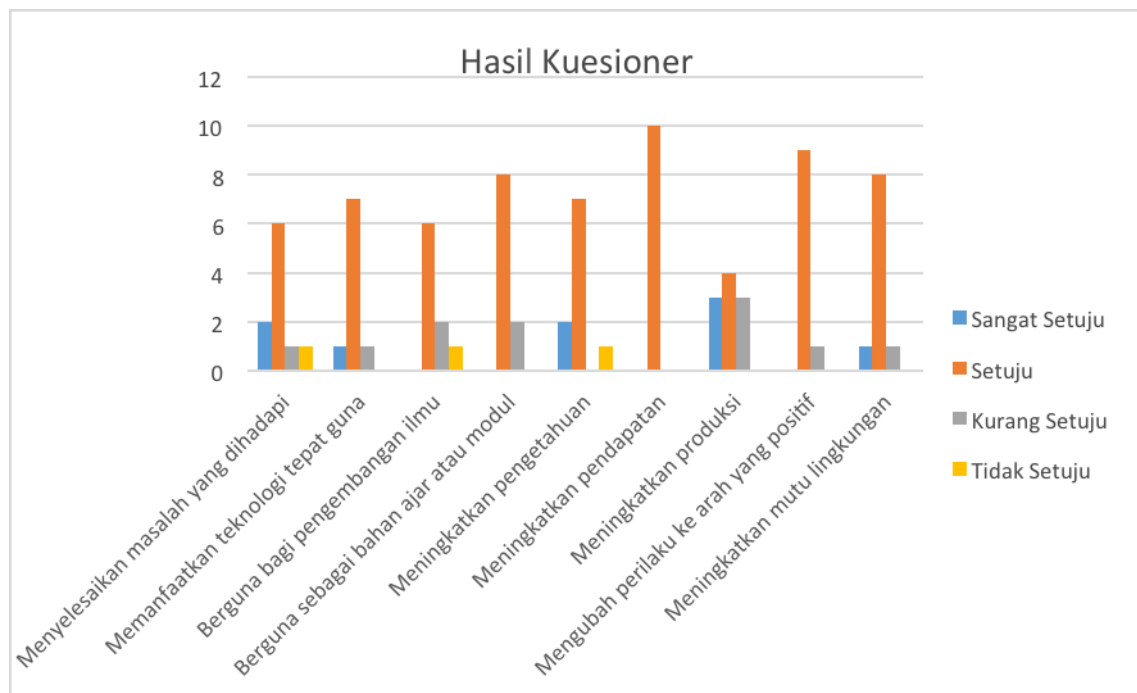
memberikan pedoman tentang bagaimana memilih dan mengelola hashtag untuk meningkatkan visibilitas di Instagram. Hasil yang didapat ialah meningkatnya penggunaan hashtag relevan sebanyak 40% dalam enam bulan setelah pelatihan serta tampilan halaman (*impressions*) sebanyak 30%.

Pembimbingan juga mengaitkan terkait para pelaku UMKM dalam menciptakan konten visual yang menarik dan menceritakan kisah unik dari produk atau usaha mereka. Menekankan pentingnya membangun identitas merek yang konsisten. Hasil yang didapat ialah meningkatnya penggunaan visual branding sebanyak 35% dalam enam bulan setelah pelatihan serta *brand recognition* sebanyak 20%. Selain hal tersebut dalam pelatihan, para pelaku UMKM dengan diarahkan untuk keterampilan analisis kinerja menggunakan data dan *feedback* dari Instagram Insights. Serta pedoman tentang bagaimana melakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh. Hasil yang didapat ialah ada peningkatan tingkat retensi pelanggan sebanyak 15% dalam enam bulan setelah implementasi

Kesinambungan dengan adanya materi yang diberikan memiliki pemecahan atas permasalahan yang diteliti seperti a) melaksanakan program pelatihan intensif untuk meningkatkan keterampilan digital para pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Fokus utama adalah memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan Instagram, mulai dari pembuatan akun bisnis hingga strategi konten yang efektif. b) Memberikan panduan khusus mengenai pengembangan konten yang mencerminkan kearifan lokal dan keunikan produk UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen lokal dan global. c) Mengadakan sesi pelatihan khusus tentang penggunaan hashtag dan tagging yang relevan dan efektif. Memberikan pedoman tentang bagaimana memilih dan mengelola *hashtag* untuk meningkatkan visibilitas di Instagram. d) Membimbing para pelaku UMKM dalam menciptakan konten visual yang menarik dan menceritakan kisah unik dari produk atau usaha mereka. Menekankan pentingnya membangun identitas merek yang konsisten. e) Membekali pelaku UMKM dengan keterampilan analisis kinerja menggunakan data dan *feedback* dari Instagram Insights. Memberikan pedoman tentang bagaimana melakukan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh.



Gambar 1. Materi pelatihan branding UMKM



Gambar 2. Hasil kuesioner pelaksanaan pelatihan branding UMKM

Berdasarkan hasil kuesioner, menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan Instagram untuk branding. Peserta juga dapat menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh untuk membuat konten yang lebih menarik dan engaging, serta meningkatkan visibilitas dan branding UMKM mereka.

Kendala yang dihadapi ketika peneliti melakukan kegiatan pengabdian di masyarakat ialah terdapat beberapa perihal yang membatasi berjalannya serangkaian pelatihan yang diadakan. Dalam hal ini terdapat kendala seperti: 1) Keterbatasan waktu pelatihan: Durasi pelatihan yang singkat (hanya [durasi] hari) tidak memungkinkan untuk membahas semua materi secara mendalam. 2) Kemampuan peserta yang beragam: Peserta pelatihan memiliki tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam menggunakan Instagram, sehingga perlu penyesuaian materi dan metode pelatihan. 3) Ketersediaan akses internet: Beberapa peserta mengalami kesulitan untuk mengakses internet di lokasi pelatihan. 4) Kurangnya perangkat elektronik: Beberapa peserta tidak memiliki smartphone atau tablet yang memadai untuk mengikuti pelatihan. 5) Kurangnya minat peserta: Beberapa peserta tidak menunjukkan minat yang tinggi terhadap materi pelatihan.



Gambar 3. Foto pelatihan branding di Kecamatan Pondok Aren



Gambar 4. *Screenshot* video pelaksanaan

Program PkM ini terkait dengan pembelajaran di bidang Ilmu Manajemen karena program ini memberikan kesempatan bagi masyarakat di Pondok Aren untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh di bangku kuliah dalam membantu meningkatkan branding serta perekonomian para pelaku UMKM. Sekitar 40 lebih UMKM yang telah mengikuti pelatihan, terdapat kurang lebih 35% UMKM yang telah meningkatkan penjualan mereka melalui Instagram. Terdapat 50% UMKM yang telah meningkatkan visibilitas merek mereka melalui Instagram.

SIMPULAN

Program PkM "Pelatihan Instagram untuk Branding UMKM di Kecamatan Pondok Aren" telah berhasil mencapai tujuannya dan memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Program ini juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan keterampilan mereka dalam membantu pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Program PkM ini perlu dilanjutkan secara berkala untuk membantu lebih banyak UMKM di Kecamatan Pondok Aren dalam meningkatkan branding dan penjualan mereka melalui Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Hertanto, B., & Wicaksono, A. (2020). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Bimbingan Teknis Terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Pondok Aren. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 91-101.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Pearson.

- Kusuma, R. D., Sutjipto, S. S. U., Sujana, S., & Maretha, H. A. (2020). Pelatihan Optimasi Media Sosial Untuk Peningkatan Omzet UMKM. *JADKES: Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2).
- Smith, A., & Brown, J. (2019). Digital Marketing Strategies for Small Businesses. *Journal of Business Strategy*, 40(5), 44-51.
- Suryani, A. I., Ningsih, S. R., Darwas, R., & Rahimullaily. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Produk Kampung Akrilik. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 828–834. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i3.10085>