



STRATEGI MENINGKATKAN OMSET DENGAN DIGITAL MARKETING MELALUI VIDEO PENDEK DAN E-CATALOGUE SERTA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI UMKM

Denta Purnama¹, Yulia Nurendah²

¹Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Email: dentapurnama@ibik.ac.id

²Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Email: yulia@ibik.ac.id

*email koresponden: dentapurnama@ibik.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.62567/jpi.v2i1.1267>

Abstract

The Community Service Program (PKM), as a form of implementing the Tri Dharma of Higher Education in the field of community service, includes entrepreneurship training for UMKM participants in Bogor City. The challenges raised by the MSME participants in this community service program include: 1) UMKM do not yet understand the importance of Instagram for entrepreneurial activities. 2) UMKM have not yet optimized the use of digital marketing, especially Instagram, to introduce their products to consumers..

Keywords: *UMKM, Entrepreneurship, Digital Marketing, Instagram.*

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) sebagai bentuk pelaksanaan tridharma perguruan tinggi bidang pengabdian, kegiatan yang dilakukan berupa dalam bentuk pelatihan kewirausahaan kepada peserta UMKM kota Bogor. Masalah dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang disampaikan peserta UMKM kota Bogor ini yaitu: 1). Para pelaku UMKM belum memahami pentingnya media sosial instagram dalam berkegiatan kewirausahaan, 2). Para pelaku UMKM belum mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing khususnya media instagram untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.

Kata Kunci: UMKM, Kewirausahaan, Digital Marketing, Instagram.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki banyak peluang dan tantangan dalam menjalaninya (Al-ghifary et al., 2025). Seiring meningkatnya kecanggihan teknologi, hal itu pun membuat adanya perubahan pada strategi promosi dan penjualan bagi para pelaku usaha (Amir et al., 2024). Iklan yang efektif dan strategi pemasaran yang tepat juga dapat membantu perusahaan dalam membangun persepsi positif akan suatu produk dan mempertahankan minat untuk membeli produk tersebut (Sukaesih et al., 2024). Jenis media promosi yang beragam, salah satunya dengan menggunakan media digital



(Firman et al., 2022). Hal tersebut didukung karena kondisi era digital yang telah membawa pada era revolusi industri 5.0 yang semakin dinamis (Rismawati et al., 2025).

Ada beberapa jenis media digital yang dapat digunakan sebagai alat penunjang promosi, salah satunya adalah menggunakan media sosial (Syahlan et al., 2025). Utami, (2018) mengungkapkan kemajuan teknologi membuat adanya perubahan gaya hidup, yang akhirnya memaksa penggunanya untuk terus memiliki dan menggunakan internet sebagai salah satu perangkat pendukungnya agar dapat mengikuti pola perubahan zaman dalam berinteraksi dan bertransaksi. Pelaku bisnis konvensional beralih ke digital sebagai akibat dari persaingan pasar online (Qatrunada Usulu et al., 2023). Perubahan tidak hanya terjadi pada kegiatan promosi, melainkan proses penjualan pun mengalami dampaknya. Saat ini dikenal adanya marketplace yaitu media digital yang mempertemukan pembeli dan menjual dan bertransaksi secara daring. Marketplace sebagai platform untuk membuka toko secara digital (William & Aripardono, 2020; Masfingatin & Murtafiah, 2021).

Peralihan transaksi penjualan dari konvensional ke digital, menuntut para pelaku usaha untuk inovatif dalam merespon perubahan tersebut. Untuk dapat bertahan pada persaingan usaha saat ini, maka pelaku usaha harus pula mengikuti tuntutan pasar dan konsumen yang menginginkan kemudahan dalam bertransaksi. Salah satu kemampuan yang perlu dikembangkan adalah bersikap inovatif. Pelaku UMKM binaan dinas UMKM kota Bogor sebagai mitra institut bisnis dan informatika kesatuan menjelaskan beberapa permasalahan terkait perkembangan kewirausahaan yaitu sebagai berikut:

- a. Para UMKM belum memahami pentingnya media sosial instagram dalam berkegiatan kewirausahaan
- b. Para UMKM belum mengoptimalkan pemanfaatan digital marketing khususnya media instagram untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.

Menindak lanjuti permasalahan yang disampaikan Para UMKM binaan dinas UMKM tersebut, institut bisnis dan informatika kesatuan membuat tim pengabdian kepada masyarakat PKM kewirausahaan melalui pelatihan dan pendampingan Mengembangkan Kompetensi Kewirausahaan UMKM melalui platform media sosial instagram pada pelaku UMKM binaan dinas UMKM kota Bogor.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dalam upaya menyelesaikan permasalahan mitra UMKM Kota Bogor dilakukan melalui beberapa metode yang terarah dan sistematis. Pertama, penanaman pemahaman mengenai konsep serta karakter kewirausahaan diberikan dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab di dalam kelas, sehingga mitra memperoleh wawasan yang lebih mendalam terkait prinsip-prinsip dasar dalam berwirausaha. Kedua, dilakukan pendampingan dalam merumuskan perencanaan pembuatan akun media sosial Instagram khusus untuk kegiatan usaha. Proses ini juga dilaksanakan dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab sehingga mitra dapat memahami langkah-langkah praktis sekaligus memperoleh solusi atas kendala yang dihadapi. Ketiga, optimalisasi pemanfaatan platform



media sosial Instagram untuk memperkenalkan produk dan meningkatkan penjualan kepada konsumen dilakukan melalui pembekalan materi serta interaksi kelas dengan metode yang sama, yaitu ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Dengan penerapan metode tersebut, mitra UMKM diharapkan mampu menguasai keterampilan praktis yang relevan dan dapat langsung diaplikasikan dalam aktivitas usaha sehari-hari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pendampingan dalam pembuatan Account Media Sosial Instagram

Pendampingan dalam pembuatan Account media Sosial Instagram dilakukan dengan mempresentasi peran penting setting account media sosial dalam mengoptimalkan pengenalan produk dan meningkatkan penjualan, hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam proses berjualan di media bisnis digital. Dalam pendampingan yang dilakukan ditemukan sebagian besar guru sudah memiliki account media sosial instagram. Hanya perlu pengarahan perbedaan account media sosial instagram untuk pribadi dengan untuk bisnis.

b. Pemanfaatan platform media sosial instagram.

Pemanfaat digital marketing khususnya media sosial instagram untuk kemudahan menjangkau konsumen tanpa ada batasan jarak dan waktu yang bisa dilakukan dengan massif, dengan didukung keadaan sosial masyarakat saat ini yang hidup terus dengan media digital dalam hidup bersosial atau melakukan transaksi jual-beli. Dengan melakukan adaptasi marketing pada sosial media memberikan peluang yang semakin tinggi atau dapat meningkatkan Brand awarness dan yang berujung bisa meningkatkan penjualan.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mitra UMKM Kota Bogor menghasilkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, mitra UMKM telah memiliki pengetahuan mengenai konsep dan karakter kewirausahaan sehingga dapat menjadi dasar dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan. Kedua, para mitra sudah mampu membedakan serta membuat akun media sosial Instagram yang dikhususkan untuk keperluan berjualan, sehingga pemanfaatannya lebih fokus dan profesional. Ketiga, mitra UMKM semakin memahami pentingnya digital marketing, khususnya melalui platform Instagram, sebagai sarana untuk memperkenalkan produk sekaligus mengoptimalkan penjualan kepada konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah perkembangan pasar yang semakin kompetitif.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: (1) Mitra UMKM perlu terus meningkatkan literasi digital dan keterampilan pengelolaan media sosial agar konten yang dihasilkan lebih menarik dan tepat sasaran; (2) Diperlukan konsistensi dalam mengunggah konten promosi, baik berupa foto, video, maupun informasi produk, sehingga konsumen tetap terjaga minatnya; (3) UMKM disarankan memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Ads, Reels, dan Stories untuk memperluas jangkauan pemasaran; serta (4) perlu adanya pendampingan berkelanjutan dari pihak akademisi atau lembaga terkait agar UMKM mampu



mengembangkan strategi digital marketing yang lebih inovatif dan sesuai dengan tren pasar. Dengan demikian, UMKM Kota Bogor dapat terus bertumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Al-ghifary, A., Rizki, M., Devi, S., Hasmi, S., Ivanka, R., & Meida, P. (2025). *Help : Journal of Community Service Community-Based Development of UMKM in Cihanyawar Village : Collaborative Approaches to Packaging , Marketing , and Halal Certification*. 2(1).
- Amir, M., Syahlan, F., Purnamasari, L., & Nugraha, D. (2024). *THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES ON INCREASING SALES OF MUSLIM CLOTHING AT MOESLIM*. 2(December 2023), 107–113.
<https://doi.org/https://doi.org/10.70072/rangkiang.v2i2.47>
- Audi (2020) Konsep Kewirausahaan Modern perspektif Islam dan praktiknya di Indonesia
- Farid, M., (2022).Kelompok Santri melalui pelatihan kewirausahaan pada pesantren Husnul khatima Polman
- Firman, M., Ginanjar, H., & Nugraha, D. (2022). Pengaruh Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Glenindo Citra Abadi Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 4(2), 161.
<https://doi.org/10.32493/jee.v4i2.17114>
- Rismawati, N., Rizky, H., Fazriah, S., Satria, R., & Gus, R. (2025). *Help : Journal of Community Service Increasing Student Interest in Reading and Literacy in Cilondong Elementary School Through Village Reading Corners*. 2(1).
- Syahlan, F., Rachmadio, R. E., Amir, M., & Nugraha, D. (2025). *Pengaruh Penilaian Kinerja terhadap Mutu Pendidikan dengan Keterlibatan Karyawan sebagai Variabel Intervening pada Sekolah Islam di Kota Sukabumi*. 6(1), 443–451.
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional
- Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia (PMA) Nomor 13 tahun 2014 tentang pendidikan keagamaan Islam.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/30/dukcapil-jumlah-indonesia-tembus-277-juta-pada-2022> penduduk-
- <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230328043319-128-424953/negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-dunia>
- <https://kemenag.go.id/opini/pesantren-dulu-kini-dan-mendatang-ft719d>