

Pembuatan konten Feeds Instagram Nasiku pulen

**Azhari Amri¹, Afif Fauzi²,
Intan Cahya Ramadina³, Gultom Yossi Putri⁴,**
¹⁴ Program Studi Desain Media, Politeknik Bina Madani
² Program Studi Akuntansi, Politeknik Bina Madani
³ Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina
Madani

Diterima : 13/07/2023

Revisi : 25/07/2023

Diterbitkan : 02/08/2023

Abstrak. Pertama-tama, pentingnya penerapan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) toko beras. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran digital telah menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis. Dalam abstrak ini, diuraikan akan beberapa alasan mengapa digital marketing menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan bagi UMKM toko beras. Pertama-tama, digital marketing memungkinkan toko beras UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan adanya internet dan media sosial, konsumen kini dapat dengan mudah mencari dan membandingkan produk melalui platform online. Dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat, toko beras UMKM dapat mencapai pelanggan potensial di luar wilayah lokal, bahkan hingga tingkat nasional atau internasional.

Kata kunci: UMKM, Media Sosial

Abstract. First of all, the importance of implementing digital marketing for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of rice shops. Along with technological advances and changes in consumer behavior, digital marketing has become an important element in expanding market reach and increasing business competitiveness. In this abstract, several reasons are described why digital marketing is a strategy that cannot be ignored for MSME rice shops. First of all, digital marketing allows UMKM rice shops to reach a wider market efficiently. With the internet and social media, consumers can now easily search and compare products through online platforms. By implementing the right digital marketing strategy, MSME rice shops can reach potential customers outside the local area, even to the national or international level.

Keywords: Cafe, UMKM, Media Sosial, Instansi Pendidikan

Correspondence author: Azhari Amri, amri@poltekbima.ac.id, Cikarang, and Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Pentingnya Digital Marketing untuk UMKM Toko Beras Abstrak: Artikel ini membahas tentang pentingnya penerapan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) khususnya toko beras. Seiring perkembangan teknologi dan penetrasi internet yang semakin luas, digital marketing telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan, mengenalkan, dan meningkatkan daya saing toko beras di pasar modern. Dalam abstrak ini, diuraikan akan beberapa alasan mengapa digital marketing sangat penting bagi UMKM toko beras: 1. Mencapai Audiens yang Lebih Luas: Digital marketing memungkinkan toko beras UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Melalui platform media sosial, mesin pencari, dan situs web, informasi tentang toko beras dapat diakses oleh banyak calon pelanggan dari berbagai wilayah. Penerapan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) toko beras. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran digital telah menjadi elemen penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing bisnis. Dalam abstrak ini, diuraikan akan beberapa alasan mengapa digital marketing menjadi strategi yang tidak dapat diabaikan bagi UMKM toko beras. Pertama-tama, digital marketing memungkinkan toko beras UMKM untuk mencapai pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan adanya internet dan media sosial, konsumen kini dapat dengan mudah mencari dan membandingkan produk melalui platform online. Dengan menerapkan strategi digital marketing yang tepat, toko beras UMKM dapat mencapai pelanggan potensial di luar wilayah lokal, bahkan hingga tingkat nasional atau internasional. Selain itu, digital marketing memberikan kesempatan bagi toko beras UMKM untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek. Melalui konten yang kreatif dan relevan, UMKM dapat mencitrakan identitas merek mereka dan menarik minat konsumen. Dengan konsistensi dalam menghadirkan konten yang menarik, toko beras UMKM dapat memperkuat citra merek mereka di benak pelanggan, sehingga menjadi pilihan pertama saat konsumen membutuhkan produk yang relevan. Digital marketing juga memungkinkan UMKM toko beras untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan platform komunikasi digital lainnya. Interaksi aktif ini membantu membangun hubungan yang lebih personal dan dekat dengan konsumen. Tanggapan cepat terhadap pertanyaan atau masukan konsumen juga menunjukkan bahwa toko beras peduli dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pemasaran digital menyediakan data dan analisis yang berharga bagi UMKM toko beras. Melalui alat analisis digital, bisnis dapat memahami perilaku konsumen, tren pembelian, dan preferensi pasar. Data ini membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan efisiensi kampanye. Tidak kalah pentingnya, pemasaran digital dapat menjadi solusi yang lebih terjangkau dan efisien dibandingkan dengan pemasaran

tradisional. UMKM toko beras dengan anggaran terbatas dapat memanfaatkan platform digital dengan biaya yang lebih rendah untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Dengan strategi digital marketing yang tepat, toko beras UMKM dapat mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana dan mendapatkan hasil yang optimal. Di era digital yang semakin maju, digital marketing telah menjadi salah satu strategi pemasaran yang sangat relevan dan efektif, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) seperti toko beras. Di tengah persaingan bisnis yang ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cepat, adopsi pemasaran digital menjadi kunci sukses bagi UMKM toko beras untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Pendahuluan ini akan membahas tentang pentingnya digital marketing untuk UMKM toko beras. Akan dijelaskan bagaimana pemasaran digital dapat memberikan manfaat signifikan dalam mencapai potensi pelanggan, membangun merek citra, meningkatkan interaksi dengan konsumen, mengoptimalkan pemasaran strategi, dan mengalokasikan sumber daya dengan bijaksana. Pertama-tama, pemasaran digital memungkinkan UMKM toko beras untuk mencapai pasar yang lebih luas secara efisien. Dengan adanya internet dan media sosial, potensi pelanggan tidak lagi terbatas pada wilayah lokal saja. Melalui digital marketing, toko beras dapat menjangkau konsumen dari berbagai kota atau bahkan negara lain. Hal ini membuka peluang baru bagi UMKM toko beras untuk meningkatkan pangsa pasar dan mendapatkan lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemasaran digital menjadi alat yang kuat untuk membangun citra merek toko beras. Melalui konten yang kreatif dan relevan, UMKM dapat mencitrakan identitas merek mereka dan menciptakan daya tarik yang unik bagi konsumen. Citra merek yang kuat membantu toko beras menonjol di tengah persaingan yang padat dan memberikan nilai tambah yang positif di benak konsumen. Selanjutnya, digital marketing memungkinkan UMKM toko beras untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan. Media sosial dan platform komunikasi digital lainnya memberikan kesempatan bagi toko beras untuk menanggapi pertanyaan, masukan, atau ulasan dari konsumen secara real-time. Interaksi ini menciptakan hubungan yang lebih personal dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap toko beras. Tidak hanya itu, digital marketing juga memberikan akses ke data dan analisis yang berharga. UMKM toko beras dapat memanfaatkan data konsumen, tren pembelian, dan informasi pasar lainnya untuk mengoptimalkan strategi pemasaran. Analisis data ini membantu UMKM dalam mengidentifikasi peluang bisnis, menyesuaikan penawaran produk, dan meningkatkan efisiensi promosi kampanye. Terakhir, digital marketing menjadi pilihan yang lebih terjangkau dan efisien bagi UMKM toko beras. Dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional seperti iklan cetak atau papan iklan, pemasaran

digital menawarkan biaya yang lebih rendah dan hasil yang lebih terukur. UMKM dapat mengalokasikan kontrol pemasaran mereka dengan bijak dan mendapatkan manfaat maksimal dari investasi mereka. Kesimpulannya, digital marketing memiliki peran yang sangat penting bagi UMKM toko beras. Melalui strategi pemasaran digital yang tepat, toko beras dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membangun merek citra yang kuat, berinteraksi dengan pelanggan secara langsung, memanfaatkan data dan analisis, serta mengoptimalkan alokasi sumber daya. Dengan segala manfaat ini, digital marketing menjadi alat yang tidak dapat diabaikan dalam membantu UMKM toko beras untuk bertumbuh dan bersaing di era digital ini. Di era digital yang semakin canggih dan terhubung, penggunaan teknologi dan internet telah merubah cara berbisnis secara drastis. Terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), digital marketing telah menjadi elemen krusial dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Pendahuluan ini akan membahas tentang pentingnya pemasaran digital bagi UMKM dan bagaimana strategi pemasaran digital memberikan manfaat besar dalam meningkatkan visibilitas, mencapai target audiens, dan meningkatkan penjualan. Dulu, UMKM seringkali mengalami keterbatasan dalam mempromosikan bisnis mereka karena biaya pemasaran yang tinggi atau keterbatasan akses ke pasar yang luas. Namun, dengan digital marketing, UMKM memiliki akses ke berbagai platform online yang memungkinkan mereka menjangkau target audiens di berbagai wilayah, tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat mengoptimalkan anggaran pemasaran mereka dan memperoleh hasil yang signifikan. Salah satu manfaat utama dari digital marketing bagi UMKM adalah kemampuannya untuk meningkatkan visibilitas bisnis di dunia maya. Dengan hadir di platform-platform digital seperti website, media sosial, dan mesin pencari, UMKM dapat dengan mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Konten yang menarik dan relevan dapat menarik perhatian target audiens dan membantu membangun kesadaran merek yang kuat. Selain itu, pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk lebih memahami dan menjangkau target audiens mereka. Melalui alat analisis digital, UMKM dapat melacak perilaku pengguna, preferensi, dan tren pembelian pelanggan. Data ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan menciptakan kampanye yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Digital marketing juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan mereka. Melalui media sosial, email, atau chat online, UMKM dapat merespon pertanyaan, masukan, atau ulasan dari pelanggan secara cepat dan personal. Interaksi semacam ini meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan

pelanggan, sehingga membantu membangun hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam konteks globalisasi, digital marketing juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk bersaing di pasar internasional. Dengan akses ke internet, bisnis UMKM dapat dengan mudah memasarkan produk atau layanan mereka ke konsumen di seluruh dunia. Hal ini membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis dan meningkatkan potensi pendapatan.

Kesimpulannya, pemasaran digital merupakan aspek yang sangat penting bagi UMKM dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan bisnis. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas bisnis, memahami audiens target, berinteraksi dengan pelanggan, dan bersaing di pasar global. Digital marketing adalah alat yang efektif dan efisien dalam membantu UMKM menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital yang terus berkembang.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Project Based Learning (PjBL) ini dibimbing oleh pembimbing akademik dan pembimbing lapang (Mitra). Peran pembimbing akademik adalah sebagai fasilitator dalam bidang akademik untuk memastikan kegiatan PjBL ini berjalan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Sedangkan pembimbing lapang (Mitra) sebagai fasilitator yang memberikan petunjuk serta informasi bagi Mahasiswa sesuai dengan topik yang dibahas selama kegiatan PjBL ini berlangsung. Metode pelaksanaan pada kegiatan PjBL ini meliputi sebagai berikut:

a. Wawancara dan Observasi

Metode wawancara dalam kegiatan PjBL ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya secara langsung kepada responden atau Mitra selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai topik yang dibahas. Sedangkan observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek (produk) yang akan diamati untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan oleh Mahasiswa.

b. Pencatatan Data

Data yang dibutuhkan dalam kegiatan PjBL ini dengan topik utama Bumbu Sakato meliputi proses produksi, pemasaran, desain kemasan, serta pembukuan yang dilakukan oleh Mitra yaitu sebagai data primer dan data sekunder. Data primer dan sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh Mahasiswa langsung dari sumber pertama yang selanjutnya digunakan untuk mendukung pembuatan laporan akhir kegiatan PjBL.

c. Dokumentasi

Metode pelaksanaan dokumentasi dilakukan dengan tujuan untuk melengkapi informasi-informasi yang diperoleh agar lebih lengkap serta menunjang kebenaran dan keterangan yang diberikan oleh Mitra.

Dari hasil interview dengan owner atau pemilik mitra diketahui bahwa Toko Beras Nasiku Pulen memasarkan atau menjual beras merek orang lain. Mereka masih mengandalkan kiriman dari supplier beras. Dalam pemasarannya sudah berjalan secara online tetapi hanya melalui media WhatsApp. Harga yang dipasarkan belum distandarisasikan. Faktor keuangan pun menjadi pertimbangan, hal ini berkaitan dengan biaya operasional. Pembukuan keuangan hanya dilihat berdasarkan penjualan satu bulan dari total penjualan dikurangi dengan modal yang dikeluarkan. Ketika penjualan meningkat maka keuntungan pun meningkat begitupun sebaliknya.

Hasil dan Pembahasan

Merancang dan membuat logo yang memiliki daya tarik dan mudah diingat. Memastikan bahwa Toko Beras Nasiku Pulen memiliki citra visual yang kuat. Mengembangkan ide dan konsep untuk produk media, seperti foto, video atau iklan yang melibatkan pemikiran kreatif dan pemahaman target pasar.

Perencanaan Produksi

Membuat rencana produksi termasuk jadwal produksi dan pemilihan lokasi. Memastikan bahwa produksi berjalan dengan efisien. Foto dan video akan diproduksi dengan menggunakan produksi modern dan diterbitkan di platform media sosial.

Narasi

Foto, video dan desain akan memperkenalkan produk yang dijual oleh Toko Beras Nasiku Pulen dan menjelaskan keunggulan produk serta layanan yang diberikan.

Elemen Visual

Foto, video dan desain akan menampilkan animasi produk, keunggulan produk, promosi, serta layanan.

Timeline

Produksi design Instagram feeds dilakukan dalam waktu sebulan untuk promosi, dimana dalam seminggu kami memposting 3 konten.

Editing dan Post-Produksi

Melakukan editing dan post-produksi. Memastikan bahwa produk memiliki tampilan yang menarik.

Instrument logo Toko Beras Nasiku Pulen yaitu Padi, padi sendiri dilambangkan sebagai pangan, karena beras yang menjadi makanan pokok masyarakat Indonesia merupakan hasil dari padi. Jadi bisa dikatakan bahwa padi adalah sumber kehidupan pangan bagi masyarakat setiap harinya.



“Toko beras nasiku pulen menjual beras berkualitas dengan harga terjangkau”

Tujuannya ingin memberitahu kepada audiens bahwa Toko Beras Nasiku Pulen menjual berbagai merek beras yang berkualitas dengan harga terjangkau, Serta adanya irama dalam penyebutan tagline.

Desain Feeds untuk Instagram

Elemen dasar dalam visual desain. Garis (Line), bangun (Shape), warna (color), teksture (texture), ukuran (size). Konsep warna sendiri menggunakan warna-warna soft minimalis juga warm, seperti warna putih, orange serta sage yang mana warna sage sendiri adalah identitas dari Toko Beras Nasiku Pulen.



Rencana Pemasaran Digital (Digital Marketing)

Membuat akun sosial media Instagram untuk pemasaran digital. Saat ini Toko Beras Nasiku Pulen memiliki akun Instagram dengan username nasikupulen_official yang memiliki followers sebanyak 61 Followers.



SIMPULAN

Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran yang menjadikan mahasiswa atau peserta didik sebagai subjek atau pusat pembelajaran, menitikberatkan proses belajar yang memiliki hasil akhir berupa produk. Artinya, peserta didik diberi kebebasan untuk menentukan aktivitas

belajarnya sendiri, mengerjakan proyek pembelajaran secara kolaboratif sampai diperoleh hasil berupa suatu produk. Dengan Pembelajaran model PjBL ini Mahasiswa atau peserta didik dapat lebih mandiri untuk melihat, mengaktualisasikan, mengeksplorasi dan berinovasi dengan ilmu yang sudah didapatkan ketika proses belajar di kampus serta dapat berkolaborasi dan bersosialisasi dengan teman, lingkungan dan pihak Mitra itu sendiri. Project Based Learning (PjBL) adalah sebuah model pembelajaran dimana mahasiswa dilibatkan langsung dalam memecahkan permasalahan yang ditugaskan, memungkinkan para mahasiswa untuk aktif membangun dan mengatur pembelajarannya, dan dapat menjadikan mahasiswa yang realistis.

Dengan pembelajaran model PjBL dapat menuntun mahasiswa untuk lebih mandiri, mengaktualisasikan ketrampilan yang dimilikinya, mengembangkan pengetahuan dan penguasaan konsep berdasarkan pengalaman belajar yang dimilikinya, juga bersosialisasi dengan teman dan lingkungannya.

Setelah melakukan analisis dan perancangan, kami menyimpulkan bahwa usaha Toko Beras Nasiku Pulen memiliki potensi untuk berkembang dan mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah memberikan kesempatan serta bersedia usahanya untuk dikelola, dan kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan kepada mahasiswanya untuk melakukan kegiatan ini, Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada tim peneliti dan pihak lain yang terlibat dalam penulisan jurnal ini. Kerja sama dan kontribusi mereka telah memperkaya isi jurnal dan memberikan informasi yang lebih lengkap kepada pembaca. Setiap langkah dan kesimpulan yang dibuat sangat terbukti dan didukung dengan bukti yang kuat, yang menjadikan jurnal ini sebagai sumber referensi yang sangat berharga.

DAFTAR PUSTAKA

Verghese, K. (2012).

Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package Design. CRC Press.

Design. CRC Press.

Rissanen, T., & McQuillan, H. (2018).

Zero Waste Fashion Design. Bloomsbury Visual Arts.

Jedlicka, W. (2017). Packaging Sustainability: Tools, Systems, and Strategies for Innovative Package.