

Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Instagram Pada UMKM Dimsum Prasmanan

Rendy Permana¹, Satrio Ariodutho², Indah Sukmawati Wijaya³, Reyhan
Zihni Fauzan⁴

¹Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 1)

²Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 2)

³Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 3)

⁴Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Bina Madani (Penulis 4)

Diterima : 08/01/2025

Revisi : 23/01/2025

Diterbitkan : 20/02/2025

Abstrak. Seiring dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya pemanfaatan media sosial dalam aktivitas sehari-hari, Instagram telah menjadi salah satu platform utama yang digunakan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), salah satunya adalah UMKM Dimsum Prasmanan yang berlokasi di Tambun Selatan. Akan tetapi, dalam kegiatan pemasarannya masih sangat minim dan konvensional. Untuk itu, UMKM ini perlu diberikan pemahaman tentang pentingnya strategi pemasaran menggunakan Instagram. Laporan ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran melalui Instagram pada UMKM Dimsum Prasmanan, dengan fokus pada pembuatan konten dan interaksi dengan pelanggan, sesuai dengan logbook yang digunakan dan dikemukakan permasalahannya. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dan observasi terhadap beberapa akun UMKM yang sukses di Instagram serta melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mendapat informasi terkait UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram dengan konten visual yang menarik serta interaksi aktif mampu meningkatkan *brand awareness*. Laporan ini merekomendasikan UMKM untuk terus beradaptasi dengan tren pemasaran *digital* dan meningkatkan *engagement* dengan pelanggan untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar di *platform* ini. Dengan penerapan strategi pemasaran yang terstruktur dan inovatif, UMKM Dimsum Prasmanan dapat memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk mendukung pertumbuhan bisnisnya.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Instagram, dan UMKM.

Abstract. Along with technological developments and the increasing use of social media in daily activities, Instagram has become one of the main platforms used by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), one of which is the Dimsum Buffet UMKM located in South Tambun. However, marketing activities are still very minimal and conventional. For this reason, MSMEs need to be given an understanding of the importance of marketing strategies using Instagram. This report aims to implement marketing strategies via Instagram for Dimsum Buffet MSMEs, with a focus on creating content and interacting with customers, in accordance with the logbook used and presenting the problems. The research method used was literature study and observation of several successful MSME accounts on Instagram as well as conducting interviews with business owners to obtain information related to MSMEs. These results show that using Instagram with attractive visual content and active

interaction can increase brand awareness. The report recommends MSMEs continue to adapt to digital marketing trends and increase engagement with customers to achieve greater success on these platforms. By implementing a structured and innovative marketing strategy, Dimsum Buffet MSMEs can make maximum use of social media to support their business growth.

Keywords: Marketing Strategy, Instagram, and MSMEs.

Correspondence author: Name, E-mail, City, and Country



This work is licensed under a CC-BY-NC

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lingkup dunia pemasaran dalam beberapa tahun terakhir ini. Strategi pemasaran adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran. Metode komunikasi pemasaran yang sebelumnya bersifat tradisional dan konvensional, kini telah terintegrasi dalam dunia digital. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen perantara pasar dan calon konsumen.

Di Indonesia, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dinilai sangat baik dan menjadi pilar perekonomian negara. Apalagi di era teknologi ini, pemerintah memutuskan para pelaku UMKM akan mulai mereformasi teknologi pemasaran dengan teknologi yang disediakan. UMKM adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro. Jadi, bisa disimpulkan bahwa UMKM ini sebagai sebuah bisnis yang dikelola oleh masyarakat dari kalangan menengah ke bawah. UMKM berperan sangat penting tidak hanya tercermin di negara berkembang, tetapi juga di negara maju karena menyerap tenaga kerja paling besar dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM memberikan kontribusi terbesar dalam pembentukan atau pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) dibandingkan dengan korporasi besar.

Di era sekarang ini, para pelaku UMKM hendaknya bisa memanfaatkan media digital sebagai salah satu upaya pemasaran produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut. UMKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, biasanya akan menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, masih banyak UMKM yang belum menerapkan teknologi informasi khususnya menggunakan media digital dan belum mengerti seberapa besar manfaat dan peranan penggunaan media digital tersebut.

Salah satu digital marketing yang sering digunakan adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri dalam bentuk feed dan Story.

Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial. Dengan fitur ini, pelaku usaha dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Melalui Instagram produk barang/jasa ditawarkan dengan meng-upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan.

Adapun Mitra dalam pelaksanaan Praktik Kerja Industri ini adalah UMKM Dimsum Prasmanan yang bergerak dalam bidang makanan yang baru berdiri di Kabupaten Bekasi tepatnya di Tambun Selatan. Akan tetapi, upaya pemasaran yang dilakukan masih terbatas pada metode tradisional, sehingga belum optimal dalam menjangkau sasaran pasar yang lebih luas. Untuk itu, perlu memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran menggunakan Instagram agar sistem pemasarannya menjadi lebih baik sehingga dapat memperluas cakupan target usahanya.

Metode Pelaksanaan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi pemasaran melalui Instagram diterapkan oleh UMKM Dimsum Prasmanan. Metode ini dipilih agar dapat menggali strategi promosi, engagement pelanggan, serta tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan Instagram sebagai platform pemasaran utama.

Subjek penelitian melibatkan:

- Pemilik atau pengelola UMKM Dimsum Prasmanan yang bertanggung jawab terhadap pemasaran.
- Pelanggan yang aktif berinteraksi atau membeli produk melalui Instagram.

Data dikumpulkan melalui:

- Wawancara mendalam: Untuk mendapatkan informasi langsung dari pemilik UMKM mengenai strategi pemasaran, tantangan, dan efektivitas Instagram dalam meningkatkan penjualan.
- Observasi: Mengamati aktivitas pemasaran di akun Instagram UMKM, termasuk jenis konten yang diposting, interaksi dengan pelanggan, serta penggunaan fitur seperti Instagram Stories, Reels, atau Iklan.
- Dokumentasi: Menganalisis postingan, komentar pelanggan, engagement rate, serta data insight Instagram yang digunakan oleh UMKM.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan Miles dan Huberman, yaitu:

- Reduksi Data: Menyaring informasi penting dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- Penyajian Data: Menampilkan data dalam bentuk narasi, tabel, atau diagram untuk mempermudah pemahaman pola pemasaran.

- Penarikan Kesimpulan: Mengidentifikasi strategi pemasaran yang paling efektif, tantangan yang dihadapi, serta dampaknya terhadap pertumbuhan UMKM.

Untuk memastikan validitas data, digunakan teknik triangulasi metode dan sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna mendapatkan temuan yang lebih akurat dan objektif.

Hasil dan Pembahasan

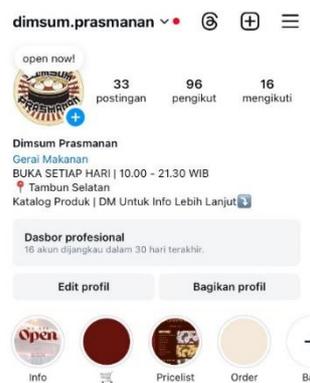
Hasil yang di capai melalui kegiatan praktik kerja industri dengan judul Penerapan Strategi Pemasaran Melalui Instagram Pada UMKM Dimsum Prasmanan dituangkan dalam bentuk laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan sebagai berikut:

Pengenalan dan wawancara dengan pihak UMKM Dimsum Prasmanan pada hari Senin, tanggal 14 Oktober 2024



(Gambar.1 Dokumentasi Pribadi)

Membuat akun instagram UMKM Dimsum Prasmanan, tujuannya untuk mengidentifikasi bagaimana UMKM Dimsum Prasmanan dapat memanfaatkan Instagram sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan brand awareness, menarik lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan penjualan



(Gambar.2 Akun Instagram)

Membuat kalender konten dapat membantu dalam merencanakan dan menjadwalkan posting secara teratur sehingga dapat berjalan lebih terstruktur dan efektif

KALENDER KONTEN DIMSUM PRASMANAN

TIMELINE OKTOBER - 2024 DIMSUM PRASMANAN													
SENIN		SELASA		RABU		KAMIS		JUMAT		SABTU		MINGGU	
		1		2		3		4		5		6	
7		8		9		10		11		12		13	
14		15		16		17		18		19		20	
21	Feeds - Welcome to Dimsum Prasmanan	22	Feeds - FunFact Makanan Dimsum	23	Feeds - Cara Pemesanan	24	Feeds - Tips and trick menentukan kemasan untuk produk UMKM	25	Feeds - Product Showcase	26	Feeds - Mitos atau Fakta (Kebanyakan makanan dimsum)	27	Feeds - Product Benefit
28	Trivia Manfaat Dimsum (Olahan Ayam)	29	Feeds - Foto Dimsum Yang Masih Di Kukusan	30	Feeds - Interaktif (siapa yang belum coba?)	31							

(Gambar.3 Kalender Konten Bulan Oktober)

Membuat script konten memiliki tujuan untuk mendorong audiens agar berinteraksi dengan postingan tersebut

Feeds Instagram Script Caption

1. Feeds Welcome to Dimsum Prasmanan (21 Oktober 2024)
Caption: Get excited! Dimsum Prasmanan akan segera hadir dan siap mengubah cara kamu menikmati makanan pembuka. Stay tuned for more updates! #comingsoon #dimsumprasmanan
2. Feeds Funfact Makanan Dimsum (22 Oktober 2024)
3. **Caption:** Siapa nih yang pecinta dimsum angkat tangannnn!!! Mau tahu fakta unik tentang Dimsum? Ternyataa dimsum udah ada sejak zaman Dinasti Han loh.. Waww Yukk simak fakta unik dimsum 🤩 #funfact #dimsum #dimsumprasmanan #sejarah
4. Feeds Cara Pemesanan (23 Oktober 2024)
Caption: Pesan sekarang dengan cara mudah 📞 Cukup DM kami untuk info lebih lanjut 📧 #dimsum #dimsumprasmanan
5. Feeds Tips and Trick (24 Oktober 2024)
Caption: Desain kemasan yang menarik bukan hanya tentang tampilan, tapi juga menceritakan cerita produk kita. Yuk, buat kemasan yang menggugah selera dan menarik perhatian! 😍 #dimsum #dimsumprasmanan #kemasan #kemasanmakanan
6. Feeds Product Showcase (25 Oktober 2024)
Caption: Memberikan pengalaman kuliner yang interaktif, di mana pelanggan dapat melihat berbagai pilihan dan memilih sendiri. Ayoo buruan ke Outlet sekarang jugaaa!! 🤩🌟 #dimsum #dimsumprasmanan #makanan
7. Feeds Mitos atau Fakta (26 Oktober 2024)
Caption: Mitos atau Fakta? Mari kita bahas makan dimsum kebanyakan! 😬 Mau tahu lebih banyak? Nikmati dimsum dengan bijak dan rasakan semua kelezatannya! #Dimsum #MitosAtauFakta #FoodFacts
8. Feeds Product Benefit (27 Oktober 2024)
Caption: Siap-siap dimanjakan dengan kelezatan dimsum prasmanan! Ayo, nikmati momen spesial dengan dimsum prasmanan! 🍴❤️ #DimsumPrasmanan #FoodLovers #MakanBersama
9. Feeds Trivia (28 Oktober 2024)
Caption: Siapa yang tidak suka dimsum? Tapi tahukah kamu? Dimsum olahan ayam tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki banyak manfaat! Yuk, nikmati dimsum ayam sambil merayakan kelezatan dan manfaatnya! 😊❤️ #Dimsum #ManfaatKesehatan #FoodieFun
10. Feeds Dimsum di Kukusan (29 Oktober 2024)
Caption: Yuk, nikmati kelezatan dan manfaat dari makanan yang dikukus! #HealthyEating #KukusSehat #FoodLovers
11. Feeds Interaktif (30 Oktober 2024)
Caption: Tag teman yang harus ikut menikmati dimsum bareng kamu! 🍴❤️ #DimsumDelight #FoodieFun #ShareYourTaste

Membuat jadwal editing membantu menghindari keterlambatan dalam pengunggahan konten dan memastikan bahwa postingan selalu tepat waktu sesuai dengan rencana

JADWAL EDITING KONTEN BULAN OKTOBER DIMSUM PRASMANAN

No	Persiapan	Jadwal Shooting	Talent	Jadwal Editing	PIC	Konten
1	Rabu, 16 Oktober	-	-	Rabu, 17 Oktober	Indah	Design Profil
2	Rabu, 16 Oktober	-	-	Senin, 21 Oktober	Indah	Welcome
3	Senin, 21 Oktober	-	-	Selasa, 22 Oktober	Indah	Funfact Product
4	Selasa, 22 Oktober	-	-	Rabu, 23 Oktober	Indah	Cara Pemesanaan
5	Rabu, 23 Oktober	-	-	24 – 25 Okt	Indah	Tips and Trick & Product Showcase
6	Jum'at, 25 Oktober	-	-	Sabtu, 26 Oktober	Indah	Mitos atau Fakta
7	Sabtu, 26 Oktober	-	-	Minggu, 27 Oktober	Indah	Product Benefit
8	Minggu, 27 Oktober	-	-	Senin, 28 Oktober	Indah	Trivia
9	Senin, 28 Oktober	-	-	Selasa, 29 Oktober	Indah	Product Dimsum
10	Selasa, 29 Oktober	-	-	Rabu, 30 Oktober	Indah	Interaktif

(Gambar.4 Jadwal Editing Konten Bulan Oktober)

Membuat konten Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness



(Gambar.5 Konten Instagram)



(Gambar.6 Konten Instagram)

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi gambar yang telah berkembang menjadi salah satu alat pemasaran yang paling efektif dalam menjual produk. Dengan penerapan strategi pemasaran Instagram, UMKM Dimsum Prasmanan lebih dikenal

oleh masyarakat luas dengan tahapan - tahapan penjualan melalui media sosial sebagai berikut:

1. Fitur Instagram Stories memungkinkan UMKM Dimsum Prasmanan untuk berbagi konten yang bersifat sementara namun menarik perhatian dengan cepat. Karena bersifat sementara (hanya 24 jam), Stories cenderung mendapat perhatian lebih tinggi dan dapat meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan.
2. Penggunaan hashtags yang tepat memungkinkan UMKM Dimsum Prasmanan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas di luar pengikut mereka. Hashtags dapat memperluas jangkauan konten dan membuatnya lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang tertarik dengan kategori produk tertentu.
3. Interaksi langsung dengan pelanggan melalui komentar dan direct messages (DM) sangat efektif dalam membangun hubungan yang lebih personal dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, fitur-fitur Instagram ini memberikan berbagai cara bagi UMKM Dimsum Prasmanan untuk menjangkau, berinteraksi, dan menarik perhatian pelanggan dengan cara yang efisien dan efektif.

SIMPULAN

1. Penerapan Strategi Pemasaran melalui Instagram menunjukkan bahwa UMKM Dimsum Prasmanan telah menggunakan Instagram sebagai platform untuk memperkenalkan produk mereka kepada pelanggan. Dengan strategi pemasaran yang tepat, mereka mampu meningkatkan brand awareness, menarik perhatian konsumen, dan menarik lebih banyak pelanggan secara efektif.
2. Instagram memiliki keunggulan visual yang memungkinkan UMKM untuk menampilkan produk secara menarik dengan cara memanfaatkan fitur-fitur Instagram, seperti Stories dan feed. Meskipun pengaruh langsung terhadap penjualan bisa bervariasi, penerapan Instagram sebagai bagian dari strategi pemasaran membantu meningkatkan eksposur merek dan jumlah pengikut (followers) akun Instagram meningkat secara konsisten, yang berpotensi mendatangkan pelanggan baru.

Saran

1. Konsistensi dalam Pengelolaan Konten, UMKM Dimsum Prasmanan perlu terus berfokus pada pembuatan konten yang berkualitas dan konsisten untuk mempertahankan interaksi dengan audiens. Hal ini termasuk penggunaan foto dan video serta story yang bisa menarik pelanggan baru.
2. Fokus pada engagement pelanggan melalui balasan komentar, DM (direct message) atau melakukan giveaway yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik audiens baru.
3. Disarankan untuk memanfaatkan Instagram Ads agar dapat mencapai audiens yang lebih luas dan lebih tersegmentasi sesuai dengan target pasar UMKM.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Bina Madani terimakasih karena telah memberikan kesempatan 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

- Ariodutho, Satrio, et al. "Pengaruh Packaging Produk terhadap Persepsi Kualitas dan Nilai Produk UMKM Anisa Bakery." *Masarin* 2.1 (2023): 204-214.
- Wijaya, Indah Sukmawati, et al. "Penyusunan Konten Media Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Marketing UMKM Anisa Bakery." *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi* 4.2 (2023): 63-78.
- Sugiyanti, Leni, Ratna Sari Dewi, and Indah Sukmawati Wijaya. "Strategi Pengembangan Produk Inovatif Bagi UMKM Bima Cafe." *Masarin* 1.3 (2023): 111-123.
- Dewi, Ratna Sari, Indah Sukmawati Wijaya, and Dewi Fitri Sugiyanti. "Dampak E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dan Strategi Bisnis." *Masarin* 1.2 (2022): 56-66.