

Social Media Utilization in Umkm Marketing Strategy : A Digital Media Optimization Framework (Case Study: Miami Cafe and Restaurant)

Meta Andriani^{1*}, Sara Immanuella Hutauruk², Muh.Nurdin Nur Abdi Kasman³, Muhammad Yasin⁴
STIE Indonesia Banking School (IBS)

Corresponding Author: Meta Andriani meta@ibs.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Social Media, MSME, Content, Content Planner

Received : 10, December

Revised : 15, January

Accepted: 25, February

©2024 Andriani, Hutauruk, Kasman, Yasin: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The object of this community service is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), namely Resto and Cafe Miami located in Kemang Raya, South Jakarta. This business, which has only been established for approximately 5 months, certainly needs assistance in developing its business, especially in the marketing sector. In this Community Service activity, MSMEs are assisted in creating social media accounts such as Instagram and Tiktok, and are given assistance in managing these media through good content. The method used in this activity is training such as guides or tutorials. As for the results obtained from this activity, that assistance in managing social media as a digital marketing strategy should be continued regularly so that the results are optimal and have a significant impact on MSME sales activities.

Pemanfaatan Sosial Media dalam Strategi Pemasaran Umkm: Kerangka Kerja Pengoptimalan Media Digital (Studi Kasus: Cafe dan Resto Miami)

Meta Andriani^{1*}, Sara Immanuella Hutauruk², Muh.Nurdin Nur Abdi Kasman³, Muhammad Yasin⁴

STIE Indonesia Banking School (IBS)

Corresponding Author: Meta Andriani meta@ibs.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Media Sosial, UMKM, Konten, Content Planner

Received : 10, Desember

Revised : 15, Januari

Accepted: 25, Februari

©2024 Andriani, Hutauruk, Kasman, Yasin: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Objek dari pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu Resto dan Cafe Miami yang berlokasi di Kemang Raya, Jakarta Selatan. Usaha yang baru berdiri kurang lebih 5 bulan ini tentunya membutuhkan pendampingan dalam pengembangan bisnisnya, terutama di bidang pemasaran. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini UMKM dibantu membuat akun media sosialnya seperti Instagram dan Tiktok, Serta diberikan pendampingan dalam mengelola media tersebut melalui content yang baik. Metode yang digunakan pada kegiatan ini berupa pelatihan seperti panduan atau tutorial. Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan ini, bahwa sebaiknya pendampingan dalam pengelolaan media sosial sebagai strategi pemasaran digital dapat dilanjutkan secara berkala sehingga hasilnya optimal dan berdampak signifikan terhadap kegiatan penjualan UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia mencapai status sebagai pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi, khususnya setelah penurunan kasus COVID-19. Kontribusi yang signifikan dari sektor UMKM termanifestasi melalui kemampuannya menyerap sebanyak 97% dari total tenaga kerja nasional dan menghimpun hingga 60,4% dari total investasi di Indonesia. Meskipun memegang peranan krusial dalam perekonomian, keberadaan UMKM di Indonesia juga diiringi oleh berbagai tantangan yang perlu dipahami secara lebih mendalam baik dalam hal pendanaan terutama pemasaran ekon.go.id (2021).

Sejumlah UMKM dihadapkan pada keterbatasan anggaran yang membatasi kemampuan mereka untuk mengalokasikan dana untuk kegiatan pemasaran, terutama dalam aspek iklan atau promosi. Kendala ini mengakibatkan mereka kekurangan sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang pemasaran, sehingga menghadapi kesulitan dalam mempromosikan produk dan layanan mereka dengan efektif. Menurut Dinda dan Raeni(2019), alasan utama seseorang melakukan promosi adalah agar produk yang ditawarkan semakin dikenal banyak orang, hingga berdampak pada peningkatan hasil penjualan. Hal penting dalam promosi adalah pesan yang persuasif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Strategi pesan yang efektif merupakan suatu pesan yang dapat menyampaikan tujuan promosi. Namun, Keterbatasan modal membatasi kemampuan UMKM untuk dapat melakukan promosi dan merekrut tenaga ahli di bidang pemasaran atau menggunakan jasa agensi pemasaran.

Maka dari itu, Potensi yang dapat dimanfaatkan sebagai solusi dalam pemasaran adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi membuat manusia tidak lagi mempermasalahkan batas jarak, ruang dan waktu. Salah satu bagian dari perkembangan teknologi informasi tersebut adalah media sosial. Media Sosial saat ini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan kerangka pemikiran ideologi dan teknologi dari Web 2.0, yang memungkinkan terbentuknya kreasi dalam pertukaran isi informasi dari pengguna internet.

Media sosial menjadi salah satu platform digital yang cukup menjanjikan dalam mendongkrak penjualan. Media sosial dapat meningkatkan jangkauan dan eksposur (brand awareness), berinteraksi dengan pengikut (engagement), dan dapat memberikan solusi kepada pengikut (selling). Jadi, dalam media sosial itu selling nomor tiga setelah brand awareness dan engagement. Baru kemudian akan menciptakan apa yang dinamakan brand loyalty. bi.go.id (2019)

Sehingga walaupun UMKM mengalami keterbatasan dalam alokasi anggaran untuk kegiatan pemasaran konvensional seperti iklan dan promosi, potensi pemanfaatan media sosial sebagai alat strategis dapat menjadi solusi yang efektif. Kendala terkait pemasaran dapat diatasi melalui pemanfaatan platform media sosial yang umumnya memiliki biaya relatif lebih rendah.

Pemanfaatan media sosial bagi UMKM dapat membangun kehadiran daring yang kuat, berinteraksi dengan target pasar potensial, dan bahkan mengukur kinerja pemasaran secara real-time, tanpa memerlukan investasi finansial yang signifikan. Potensi inovatif media sosial ini dapat menjadi solusi efisien sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing UMKM untuk pemasaran produk dan layanan merek.

PELAKSAAN DAN METODE

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini menggunakan bentuk pendidikan kepada masyarakat dalam hal "Penerapan/ Pengaplikasian Sosial Media sebagai strategi pemasaran inovatif UMKM" yang dilaksanakan di Cafe and Resto Miami, Kemang Raya, Jakarta Selatan, DKI Jakarta.

Objek Pengabdian

Kegiatan pengabdian ditujukan dan diikuti oleh pemilik dan karyawan Cafe and Resto Miami Kemang dan dilaksanakan oleh dosen dan mahasiswa semester 3 STIE Indonesia Banking School.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pemanduan praktik langsung disertai pendampingan pembuatan akun Media Sosial. Adapun media sosial yang digunakan adalah *Instagram* dan *Tiktok*. Pemberian tutorial juga selaras dengan pengetahuan bagi UMKM tentang bagaimana mengoptimalkan semua fitur yang ada dalam media digital tersebut terutama dalam mengikuti trend dalam pembuatan konten.

Langkah Kerja

Tahapan dalam pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Survei dan Koordinasi dengan pemilik UMKM, terkait permasalahan dan kendala yang dihadapi, jadwal dan jangka waktu pengabdian serta metode pelaksanaan kegiatan pengabdian.
2. Penjelasan mengenai media digital. dalam hal ini tim menjelaskan apa itu sosial media dan digital marketing dan berbagai manfaatnya dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan akun dan penggunaan media sosial seperti *instagram* dan *tiktok* secara optimal.
3. Penyusunan content sosial media planner. pencarian referensi ide konten yang sejenis dan membuat jadwal perencanaan konten di sosial media sebagai media pemasaran umkm, dalam hal ini ditentukan jadwal hari, jam/ waktu untuk upload content serta platform sosial media yang digunakan.
4. Pendampingan pembuatan konten berdasarkan content planner yang telah disusun. Menyiapkan peralatan dan keperluan untuk pembuatan content sesuai jenis content yang akan dibuat seperti Gadget/ HP, Camera, serta telent. kegiatan pendampingan ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan.

5. Evaluasi keberhasilan konten promosi di sosial media untuk meningkatkan awareness publik terhadap cafe dan resto Miami melalui seberapa luas content tersebut telah beredar dan dilihat oleh publik. Laporan Content yang berhasil di upload dicatat dalam form di *Gdocs* sebagai bahan evaluasi.
6. Penulisan laporan kegiatan dan jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang Dicapai

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai Pemanfaatan Media Sosial dalam Strategi Pemasaran UMKM yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen Indonesia Banking School ini dituangkan kedalam laporan hasil kegiatan pada setiap tahap pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Survei dan Koordinasi dengan pemilik UMKM cafe dan resto Miami dilakukan pada 10 November 2023, dalam pertemuan pertama ini dianalisis kendala yang dihadapi oleh pemilik usaha, dan meminta kesediaan pemilik usaha untuk bekerjasama dalam PKM ini, pengajuan ide sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi serta jadwal dan jangka waktu masa kegiatan PKM ini dilaksanakan dan metode pelaksanaan kegiatan selama pengabdian.



Gambar 1. Lokasi UMKM cafe dan resto Miami

2. Penjelasan mengenai media digital. Pada 2 Desember 2023 tim menjelaskan apa itu sosial media dan digital marketing dan berbagai manfaatnya kepada pemilik dan karyawan dari Miami Cafe dan Resto, kemudian dilanjutkan dengan pendampingan pembuatan akun Sosial Media serta logo pada akun *Instagram* dan *Tiktok*.



Gambar 2. Penjelasan mengenai media digital

3. Penyusunan content sosial media planner. 05 Desember 2023 dilakukan pencarian referensi ide konten yang sejenis dan membuat jadwal perencanaan konten di sosial media sebagai media pemasaran umkm, dalam hal ini ditentukan jadwal hari, jam/ waktu untuk upload content serta platform sosial media yang digunakan.

Gambar 3. Penyusunan konten



4. Pendampingan pembuatan konten, Pada tanggal 6 Desember 2023 dilakukan pengambilan video konten pertama berdasarkan content planner yang telah disusun. Menyiapkan peralatan dan keperluan untuk pembuatan content sesuai jenis content yang akan dibuat seperti Gadget/ HP, Camera, serta talent. kegiatan pendampingan ini dilakukan selama kurang lebih 1 bulan, dimulai sejak 6 Desember hingga 31 Desember 2023.



Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Konten

5. Evaluasi keberhasilan konten promosi di sosial media, untuk meningkatkan awareness publik terhadap Cafe dan Resto Miami melalui seberapa luas content tersebut telah beredar dan dilihat oleh publik. Evaluasi ini dilakukan setiap minggu saat konten berhasil di upload, laporan konten yang berhasil di upload dicatat dalam form di *Gdocs* sebagai Rekapitulasi dari pencapaian Konten yang telah di publikasi selama kurang lebih sebulan.

Hari & Tanggal	Waktu	Ide Konten	Channel	like/ comment/share/ view	Link
kamis, 7/12/2023	13.00 WIB	Hidden Gem Kemang Raya !	Tiktok (@Miami resto)	like : 72, comment : 8, share : 28, view : 2768	https://www.tiktok.com/@miami_resto/video/7309743409739074822?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7311218652396275201
Jumat, 15/12/2023	12.00 WIB	Hidden Gem Kemang Raya !	Instagram (@Miami_resto)	like : 5 , comment : 0 view : 53	https://www.instagram.com/reel/C08NY-QSNYK/?igsh=MW9ubjdmcGZzaW1rdQ==

Minggu, 17/12/2023	12.00 WIB	1.MENU SPESIAL "MIE ACEH"	Instagram (@Miami_resto)	like : 8, comment : 0 , view : 179	https://www.instagram.com/reel/C08PkxjSaID/?igsh=MWxmNXQ0dnNvZ2puOA==
		2. FOTO FEED 5 PICTURE		like : 5	https://www.instagram.com/p/C08PCVqSy-k/?igsh=NHQxd2xnN2d3aXlI
Jum'at, 22/12/2023	12.00 WIB	A DAY IN MY LIFE "CAFE DAN RESTO MIAMI"	Instagram (@Miami_resto)	Like : 83, comment : 13 share : 6 view : 2.087	https://www.instagram.com/reel/C1JoS3NyDJP/?igsh=OGFjNXlyYWNuMHh6
Sabtu, 23/12/2023	12.00 WIB	A DAY IN MY LIFE "CAFE DAN RESTO MIAMI"	TikTok (@Miami resto)	like : 39 comment : 14 share : 0	https://vt.tiktok.com/ZSNvU1aUT/
Minggu, 31/12/2023	12.00 WIB	makan, makan, makan	TikTok (@Miami resto)	like : 37 comment : 0 view : 869	https://vt.tiktok.com/ZSNvUjvNK/

Gambar 5. Evaluasi Konten Planning

- Kegiatan pengabdian berakhir pada tanggal 28 Desember dengan penyampaian ucapan terimakasih dari Tim pelaksana kegiatan kepada UMKM yang telah bersedia bekerjasama dengan tim dalam pelaksanaan kegiatan ini, dengan harapan pendampingan tersebut dapat memberikan manfaat bagi pengembangan usaha UMKM dalam jangka panjang. Kegiatan ini ditutup dengan kegiatan foto bersama.



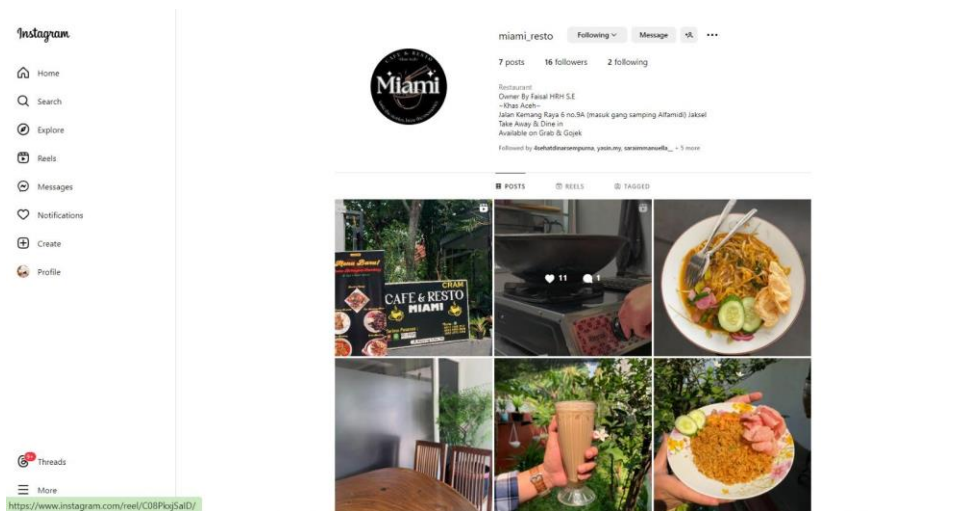
Gambar 6. Foto bersama tim pelaksana dan UMKM

Luaran yang Dicapai

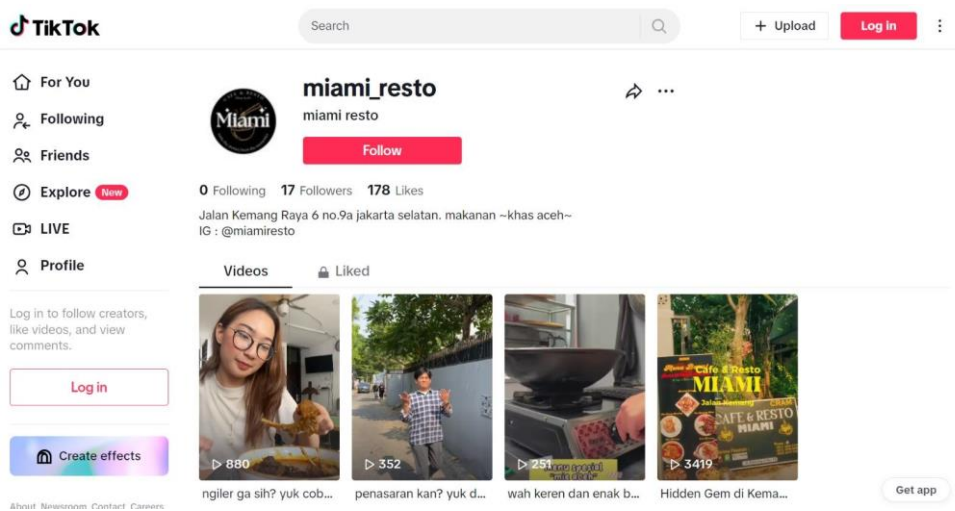
Solusi dari kegiatan pengabdian tentang “Pemanfaatan Sosial Media dalam Strategi Pemasaran UMKM” adalah sebagai berikut:

1. Pemaparan tentang pemanfaatan Media Sosial sebagai sarana pemasaran produk serta penjelasan bagaimana media sosial saat ini berperan penting dalam aktivitas pemasaran. Dengan diberikannya pemaparan tersebut diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberi solusi atas permasalahan terkait pemasaran produk, yakni kurangnya pemahaman dan kemampuan dalam merencanakan strategi pemasaran.
2. Pendampingan dalam pembuatan akun media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* serta tahapan pembuatan konten yang dapat memperluas jangkauan pemasaran UMKM. Pelaku UMKM diberikan kesempatan terlibat untuk langsung praktek dalam proses pembuatan konten baik itu konten foto maupun video. Dengan diberikannya pendampingan ini pelaku UMKM mampu merencanakan dan membuat konten yang sesuai dengan bisnisnya, sehingga mampu mendorong aktivitas penjualan semakin meningkat.

Berikut hasil dari pembuatan akun dan *Instagram* dan *TikTok* serta content planner yang berhasil dibuat oleh TIM pelaksana dan pemilik usaha selama kegiatan pengabdian.



Gambar 7. Akun dan Feeds *Instagram* Miami Cafe and Resto



Gambar 8. Akun dan Video Konten *Tiktok*

No.	Ide konten	Channel	List	Link	Tanggal Tag
1	hidden gem kemang raya	Tiktok/ reels	✓	https://www.tiktok.com/@miami_resto/video/730...	12/07/2023
2	video menu spesial " mie aceh	Tiktok/ reels	✓	https://www.tiktok.com/@miami_resto/video/731...	12/09/2023
3	foto makanan dan minuman	feeds ig	✓	https://www.instagram.com/p/C08PbFBSTF...	12/17/2023
4	foto makanan dan minuman	feeds ig	✓	https://www.instagram.com/p/C08PCVqSy...	12/17/2023
5	foto makanan dan minuman	feeds ig	✓	https://www.instagram.com/p/C08O-eRSXC...	12/17/2023
6	foto makanan dan minuman	feeds ig	✓	https://www.instagram.com/p/C08O3T7SG...	12/17/2023
7	video A day in my life	Reels	✓	https://www.instagram.com/reel/C1JoS3Ny...	12/22/2023
8	video A day in my life	Tiktok	✓	https://www.tiktok.com/@miami_resto/video/732...	12/23/2023
9	video sound makan makan makan	tiktok	✓	https://www.tiktok.com/@miami_resto/video/733...	12/31/2023
10			☐		

Gambar 9. Screenshot *Gdocs* ide konten

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil yang dicapai melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa Program Studi Manajemen ini adalah sebagai berikut:

1. Seiring dengan perkembangan teknologi, para pelaku UMKM memiliki akses yang luas dan kesempatan yang sama dalam memanfaatkan teknologi dalam pengembangan usahanya terutama dalam hal pengenalan dan pemasaran produknya secara luas di masyarakat melalui media digital maupun sosial media.
2. Sebagai Pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia, UMKM masih menghadapi beberapa hambatan terutama dalam pemanfaatan teknologi, Khususnya di dalam penggunaan dan pengelolaan media teknologi tersebut, maka dari itu perlu pendampingan berkelanjutan terhadap UMKM tersebut terkait dengan penggunaan dan pengelolaan dan pengoptimalan teknologi tersebut.
3. Pemberian pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk usaha disertai dengan penjelasan dan praktik pembuatan konten yang menarik dan berpotensi meningkatkan target pemasaran UMKM melalui media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Dalam hal ini, Pelaku UMKM dapat meninjau seberapa efektif dan optimalnya penggunaan sosial media dan konten dalam memperluas jangkauan pemasaran UMKM sebagai strategi Digital marketing untuk mendorong peningkatan penjualan usaha.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dapat disarankan sebaiknya penggunaan strategi pemasaran secara digital melalui sosial media oleh mitra UMKM dalam pengabdian ini perlu ditindaklanjuti dan ditekuni melalui pendampingan secara berkala dan efektif sehingga secara optimal dapat mendorong proses pemasaran dan meningkatkan penjualan bagi UMKM.

REFERENCE

- Achmad, Zainal Abidin, et al. "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk UMKM Di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 10, no. 1, Apr. 2020, pp. 17-31.
jurnalfdk.uinsby.ac.id,
- Fathir, Nugroho, Aji. (2019). Langkah Nyata BI dalam Mendorong Pertumbuhan Nasional- *Bicara* 77. pp. 30-31.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/E-Magazine/Documents/BICARA-77_Langkah-Nyata-BI-dalam-Mendorong-Pertumbuhan-Nasional.pdf. Accessed 3 Januari 2024.
- Irfani, Hadi, et al. "PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PADA UKM DALAM MENGHADAPI ERA INDUSTRI 4.0." *JCES (Journal of Character Education Society)*, vol. 3, no. 3, Oct. 2020, pp. 651-59.

- Naimah, Rahmatul Jannatin, et al. "Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM." *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, vol. 2, no. 2, Aug. 2020, p. 39. DOI.org (Crossref),
- Puspitarini, Dinda Sekar, and Reni Nuraeni. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI." *Jurnal Common*, vol. 3, no. 1, Aug. 2019, pp. 71-80.
- Sarwoto, Sarwoto, et al. "Pemberdayaan Pelaku Usaha Kuliner Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Di Karanganyar." *Amalee*, vol. 2, no. 2, 2021, pp. 89-96.
- UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. Accessed 6 Desember 2023.
- Woelandari, Dewi Sri, and Novita Wahyu Setyawati. "SOSIALISASI DAN PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS DIGITAL DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM BAGI INDUSTRI RUMAHAN DI RT 005/RW 001, KEL. MARGA MULYA, KEC. BEKASI UTARA, KOTA BEKASI." *Prosiding Seminar Nasional SANTIKA Ke-1 2019*, Nov. 2019, pp. 62-67.
santika.ijconsist.org,