

Pelatihan Sosial Media Instagram pada Orin Butter and Sugar

^{1*} Ni Wayan Setiasih, ² Erma Sulisty Rini, ³ Luh Gede Cahya Maykernia Pratiwi,
⁴I Made Yogi Riyadhi, ⁵Kadek Agung Sathya Diva Kumara

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali^{1,2,3,4,5}

*Email: setiasih@stikom-bali.ac.id

ABSTRAK

Masa digitalisasi saat ini, jajanan kekinian banyak diminati dan mudah sekali didapatkan dimana saja. Pembeli banyak menemukan jajan kesukaan mereka dengan mencari *review* di *social media*. Tim pengabdian pada kesempatan ini memilih mitra *homemade* jajanan kekinian. Kegiatan pengabdian meliputi pelatihan digital marketing menggunakan media sosial dan pemanfaatan desain dengan neon box. Permasalahan ditemukan saat berdiskusi dengan pemilik usaha adalah adanya hambatan di bagian marketing, yakni kurangnya pengetahuan bagaimana menggunakan media sosial yang influensif dan belum bisa membuat desain neon box yang menarik. Pelatihan ini telah dilaksanakan menurut kesesuaian kondisi yang ada, baik offline maupun online. Pelatihan ini telah dapat menjadikan pemilik usaha mampu menggunakan media sosial untuk pemasaran produk dan telah mempunyai desain menarik untuk kemasan produk. Mempunyai desain kemasan yang menarik merupakan salah satu bentuk pemasaran digital marketing untuk menarik pelanggan. Selain itu, tim pengabdian juga berbagi informasi terkini tentang fitur-fitur terbaru di Instagram yang dapat mendukung upaya pemasaran. Hasil pelatihan telah dapat membantu meningkatkan citra brand home industry ini dengan platform Instagram, meningkatkan interaksi mitra dan pelanggannya, serta meningkatkan penjualan produk. Penerapan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dari pelatihan ini, secara efektif telah memaksimalkan potensi pemasaran Orin Butter and Sugar melalui media sosial dalam pengembangan bisnis.

Kata kunci : Digitalisasi, Marketing, Sosial Media, Instagram

ABSTRACT

In the current era of digitalization, contemporary snacks are in great demand and are easy to get anywhere. Many buyers find their favorite snacks by looking for reviews on social media. On this occasion, the service team chose contemporary homemade snack partners. Service activities include digital marketing training using social media and the use of design with neon boxes. Problems were discovered during discussions with business owners, where there were obstacles faced in the marketing department, namely a lack of knowledge on how to use influential social media and not being able to create attractive neon box designs. This training has been carried out according to existing conditions, both offline and online. This training has enabled business owners to use social media for product marketing and have attractive designs for product packaging. Having an attractive packaging design is a form of digital marketing to attract customers. Apart from that, the service team also shares the latest information about the latest features on Instagram that can support marketing efforts. The results of this training have been able to help improve the Orin Butter and Sugar brand image with the Instagram platform, increase partner and customer interactions, and increase product sales. The application of the knowledge and skills obtained from this training has effectively

maximized the marketing potential of Orin Butter and Sugar through social media in business development.

Key words: *Digitalization, Marketing, Media Social, Instagram*

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi dan internet, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran merek. Namun, banyak pemilik usaha kecil mungkin tidak sepenuhnya memahami potensi platform media sosial ini, termasuk Instagram. Hal ini menuntut masyarakat harus berjuang mencari sumber penghasilan lain yang dapat membantu perekonomian keluarga. Salah satu usaha kreatif dari masyarakat yang belakangan bermunculan adalah Industri Rumah Tangga (IRT) dengan produk seperti kue kering yang banyak diminati masyarakat. Salah satu IRT yang memproduksi kue kering jenis *cookies* yaitu seorang ibu rumah tangga yang bernama Gusti Ayu Rini Astuti dengan usaha yang diberi nama Orin Butter and Sugar. Kue kering adalah salah satu makanan ringan yang banyak digemari masyarakat (Okaviana, dkk, 2017).

Usaha yang dilakukan oleh Mitra cukup menjanjikan karena produk yang dihasilkan sangat diminati di masyarakat, terbukti dengan banyaknya permintaan atau pesanan setiap harinya mencapai belasan toples. Produk unggulan mitra yang memiliki permintaan cukup banyak yaitu *Pie* dan *Brownies cookies*, ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Unggulan Mitra

Mitra mengalami permasalahan tidak dapat melayani pesanan karena terkendala pada peralatan produksi masih minim. Proses produksi dilakukan dengan beberapa peralatan seperti oven yang belum bisa menampung apabila proses produksi banyak, beberapa loyang, nampan dan mesin oven ukuran kecil dengan sekali proses hanya menghasilkan setengah toples. Apabila pesanan atau permintaan dengan jumlah banyak harus melakukan proses oven berulang kali sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk menyelesaikan pesanan. Pemasaran produk saat ini dilakukan dengan menawarkan langsung kepada calon pembeli. Pemanfaatan media promosi masih minim dilakukan oleh mitra. Selain itu tenaga kerja yang membantu mitra yakni hanya 2 orang termasuk ownernya dikarenakan dalam proses produksi masih dalam pengawasan owner untuk menjaga rasa pada kue yang dibuat.

Permasalahan yang kerap kali dialami oleh mitra yakni tidak bisa melayani pesanan karena terkendala peralatan produksi masih minim. Proses produksi dilakukan dengan beberapa peralatan seperti oven yang belum bisa menampung apabila proses produksi banyak ditunjukkan Gambar 2, beberapa loyang, nampan dan mesin oven ukuran kecil dengan sekali proses hanya menghasilkan setengah toples. Apabila pesanan atau permintaan dengan jumlah banyak harus melakukan proses oven berulang kali sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk menyelesaikan pesanan. Untuk pemasaran produk saat ini dilakukan dengan menawarkan langsung kepada calon pembeli, memanfaatkan media promosi masih minim dilakukan oleh mitra. Selain itu tenaga kerja yang membantu mitra yakni hanya 2 orang termasuk pemilik usahanya dikarenakan dalam proses produksi masih dalam pengawasan pemilik untuk menjaga rasa pada kue yang dibuat.

RUMUSAN MASALAH

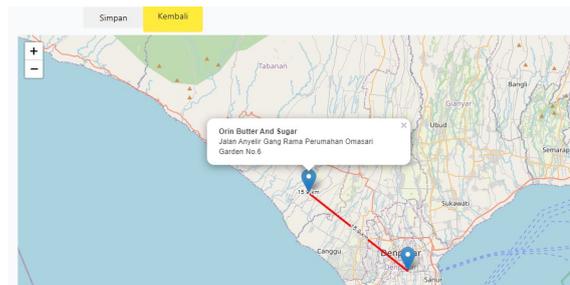
Permasalahan mitra mengacu pada analisis situasi sebagai berikut:

- a. Produksi mitra minim, sehingga belum mampu memenuhi pesananan cookies secara maksimal
- b. Pemasaran dari mitra masih menggunakan cara konvensional sehingga dibutuhkan sentuhan teknologi

METODE

Lokasi Pengabdian

Lokasi Pengabdian di Jalan Anyelir Gang Rama Perumahan Omasari Garden No.6.



Gambar 2. Lokasi Pengabdian

Sasaran Pengabdian

Kegiatan utama yang dilakukan yakni Pelatihan Sosial Media dengan Owner dan 2 Karyawan. Total Peserta yang ikut terlibat dalam pelatihan tersebut berjumlah 3 Orang.

Kegiatan dimulai dengan melakukan sosialisasi kepada mitra mengenai rencana kegiatan, mengkaji informasi dan data dari mitra, dan terlebih dahulu memaparkan permasalahan kepada mereka secara detail.

Kegiatan Peningkatan Produksi

Subsidi alat produksi, pelatihan penggunaan alat produksi, evaluasi dan analisis peningkatan produksi.

Kegiatan Penerapan Teknologi Pemasaran

Memaksimalkan pemasaran di media sosial Instagram dengan memberikan pelatihan dan pemahaman teknologi pemasaran untuk membuat desain neon box, mempublikasikan foto produk dan beriklan secara online di media sosial Instagram.

Partisipasi Mitra

Mitra mendukung proses perencanaan dengan memberikan informasi mengenai permasalahan, membantu menentukan peralatan yang disumbangkan, dan menyediakan waktu dan ruang untuk pelatihan.

Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Mengevaluasi pelaksanaan program dengan mengukur peningkatan produksi

dan menilai apakah peralatan yang disumbangkan dapat menyelesaikan permasalahan produksi mitra.

Evaluasi penggunaan teknologi pemasaran kemudian evaluasi pemasaran melalui iklan di media sosial Instagram. Grafik akan muncul untuk setiap postingan di menu Instagram Anda.

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan pada mitra seperti minimnya alat produksi dan kurang maksimalnya penerapan pemasaran produk dalam menerapkan teknologi. Melalui kegiatan pengabdian ini, terdapat 2 (dua) buah solusi yang ditawarkan untuk menghadapi permasalahan mitra. Adapun masing-masing solusinya yaitu memberikan bantuan berupa peralatan produksi berupa Mixer, Oven, dan loyang serta melakukan pelatihan teknologi pemasaran dan media sosial khususnya Instagram. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam 4 (empat) tahap yang dimulai dari kegiatan sosialisasi, persiapan, kegiatan peningkatan produksi dan kegiatan penerapan teknologi pemasaran.

Penerapan Teknologi Pemasaran

Kegiatan implementasi teknologi pemasaran memberikan pelatihan dan pemahaman tentang teknologi pemasaran untuk memaksimalkan pemasaran Anda di media sosial Instagram dengan membuat desain neon box, mempublikasikan foto produk, dan beriklan secara online. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan atau workshop oleh tim sebanyak 2 kali, yaitu pelatihan penggunaan media sosial instagram yang dilaksanakan sesuai dengan jadwal pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan

No	Nama Kegiatan	Tanggal Pelaksanaan	Waktu Kegiatan
----	---------------	---------------------	----------------

1	Pelatihan penggunaan media sosial instagram.	Rabu, 12 - April - 2023	Pukul 11.00 – 12.45
2	Pelatihan pembuatan konten sebagai strategi pemasaran produk	Selasa, 02 - Mei - 2023	Pukul 10.30 – 12.15

Pelatihan Penggunaan Media Sosial Instagram

Kegiatan pengabdian yang pertama adalah pelatihan mengenai penggunaan media sosial instagram, tujuannya, dan keuntungan menggunakan media sosial sebagai media promosi. Pemberian materi tentang penggunaan media sosial Instagram bagi usaha UMKM ini disampaikan oleh Cahya Maykernia selaku Dosen Komunikasi Bisnis, penyampaian materi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana memanfaatkan platform instagram secara efektif dalam meningkatkan penjualan produk dan pertumbuhan bisnis. Sosial media merupakan platform daring yang merupakan salah satu hasil perkembangan teknologi yang sangat efektif dan luar biasa dalam memfasilitasi komunikasi secara daring. Selain itu, media sosial juga berpotensi digunakan sebagai alat untuk berbisnis dan membentuk kelompok-kelompok komunitas (Yusi Kamhar and Lestari, 2019).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer saat ini dijadikan sebagai platform untuk kegiatan pemasaran. Promosi produk di platform media sosial Instagram dilakukan dengan mengunggah konten berupa gambar ataupun video yang disertai dengan penjelasan pada bagian *caption*. Penjelasan tersebut mencakup informasi tentang produk yang sedang ditawarkan. Selain itu, strategi ini juga melibatkan penggunaan

hashtag yang mengandung kata kunci terkait dengan produk, yang bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mencari produk tersebut (Ramadan, 2021). Instagram juga memiliki banyak fitur seperti instastory, highlight, IGTV, reels dan sebagainya yang dapat membantu kegiatan promosi. Pada kegiatan pelatihan, peserta diajak untuk memahami dasar-dasar platform Instagram, termasuk cara membuat dan mengelola akun yang menarik serta mengoptimalkan profil dengan informasi yang relevan. Dalam pelatihan ini, ditekankan pentingnya konten visual yang menarik dan konsisten untuk menarik perhatian audiens. Selain daripada konten visual, *caption* yang menarik juga merupakan hal yang penting untuk menarik audiens.

Pada kegiatan pengabdian yang pertama peserta belajar bagaimana cara menggunakan atau memanfaatkan sosial media instagram sebagai media promosi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3. Pelatihan Penggunaan Sosial Media

Pelatihan Pembuatan Konten Sebagai Strategi Pemasaran Produk

Setelah pada kegiatan pelatihan sebelumnya bagaimana menggunakan sosial media Instagram, pelatihan yang kedua adalah mengenai bagaimana membuat konten yang baik sebagai strategi pemasaran produk. Menurut (Saraswati and Hastasari, 2020), strategi konten pemasaran yang digunakan dengan tepat memiliki efektivitas dalam meningkatkan

persepsi terhadap merek, karena tidak hanya sekedar mempromosikan produk kepada pasar, tetapi juga secara aktif melibatkan pelanggan melalui interaksi dan menciptakan kesan yang positif terhadap produk. Pada kegiatan pelatihan yang kedua ini, diberikan materi oleh Cahya Maykernia yang dapat dipetakan sebagai berikut:

1. Pembentukan Strategi
Strategi untuk meningkatkan penjualan adalah dengan melakukan promosi pada media sosial, penting untuk menetapkan tujuan utama atau *goals setting* untuk melakukan pengelolaan konten secara teratur. Secara umum, tujuan dari pemasaran konten dapat digolongkan menjadi dua aspek utama. Yang pertama adalah fokus pada peningkatan penjualan produk atau layanan. Sementara yang kedua, berhubungan dengan memperkuat identitas merek (*brand*) itu sendiri (Saraswati and Hastasari, 2020). Strategi yang kedua adalah pemetaan target audiens. Memahami target audiens untuk menciptakan konten yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan, minat, dan masalah yang dihadapi.
2. Pembuatan *Content Plan* dan Konten Kreatif

Langkah untuk mengoptimalkan efektivitas promosi di media sosial Instagram, penting untuk secara teratur mengunggah konten setiap bulan, sehingga perlu dibentuk sebuah *Content Planner* (Anak Agung Istri Syawana Bargandini and Ni Nyoman Juwita Arsawati, 2022). Konten akan terdiri dari foto-foto produk yang dijual, lengkap dengan penjelasan dan informasi tentang produk tersebut.

Konten plan biasanya dibuat dalam bentuk tabel, berisikan tanggal, isi atau ide konten kreatif, *caption*, dan jam publikasi. Pembuatan *content plan* ini dapat membantu mitra dalam membuat rencana untuk melakukan foto produk sebagai konten yang diunggah.

3. Proses Eksekusi dan Evaluasi
Setelah membentuk strategi dan membuat *content plan*, hal selanjutnya yang diajarkan adalah bagaimana membuat atau mengeksekusi ide-ide sebelumnya menjadi *output* yang nyata. Proses penerapan ide-ide menjadi konten ini berupa pemilihan konten termasuk memilih variasi produk, tata letak, dan latar belakang yang sesuai. Proses pengambilann foto akan disesuaikan dengan *brief* yang telah dibuat pada *content plan*. Setelah pengambilan gambar, proses berikutnya adalah proses pengeditan yang melibatkan penyesuaian warna atau penggunaan filter untuk mempercantik foto produk. Proses terakhir yaitu pemberian keterangan dan *caption* pada produk. Evaluasi dilakukan dengan melihat Insight pada Instagram Mitra, apakah ada peningkatan grafik.



Gambar 4. Insight Instagram Mitra

Pemberian Bantuan Alat Produksi kepada Mitra

Kegiatan pemberian bantuan alat produksi dilakukan pada bulan Maret 2023. Alat produksi yang diberikan berupa Mixer, Oven, dan loyang. Melalui pemberian alat-alat produksi tersebut, potensi untuk meningkatkan produksi aneka kue menjadi lebih besar. Hal ini berkontribusi pada peningkatan omzet dari penjualan produk dan memberikan berdampak positif terhadap pendapatan usaha.



Gambar 5. Pemberian Alat Produksi Ke Mitra

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan media sosial Instagram dan pemberian bantuan alat produksi pada usaha Orin Butter and Sugar telah memberikan dampak perubahan positif yang sangat signifikan pada aspek pengelolaan bisnis, pemasaran dan produksi.

Pelatihan media sosial Instagram yang dilakukan memberikan dampak positif. Melalui pengembangan-pengembangan konten yang tepat dan menarik, pengelolaan interaksi dengan pelanggan yang efektif, dan pemasaran produk yang cermat. Sehingga, dengan pemanfaatan fitur-fitur media sosial dengan baik usaha ini berhasil memperluas jangkauan pasar dan juga berhasil meningkatkan hasil penjualan.

Bantuan alat produksi dan pelatihan alat produksi yang diberikan, juga telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan produksi dari Orin Butter and Sugar, sehingga, memungkinkan untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik dan cepat. Penggunaan alat produksi yang tepat juga dapat membantu meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya produksi, dan memastikan produk yang dihasilkan tetap sesuai dengan standar kualitas yang diinginkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan untuk LPPM STIKOM Bali yang memberikan kesempatan dalam membantu mitra serta Mitra Bestari Jurnal Widyabhakti atas

tinjauan artikelnya. Selain itu terima kasih juga kami juga ucapkan kepada mitra yang sudah memberikan kami untuk melakukan pengabdian di *Orin and Butter Sugar*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anak Agung Istri Syawana Bargandini and Ni Nyoman Juwita Arsawati (2022) 'Optimalisasi Media Sosial Dalam Upaya Promosi Desa Wisata di Desa Kenderan, Tegallalang, Gianyar', *Kaibon Abhinaya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), pp. 1–7. doi:10.30656/ka.v4i1.3107.
- Ramadan, A. (2021) 'Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk "Rendang Uninam"', *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, 5(1), pp. 64–84. doi:10.29244/jskpm.v5i1.796.
- Saraswati, D.A. and Hastasari, C. (2020) 'Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co Dalam Mempertahankan Brand Engagement', *Biokultur*, 9(2), p. 152. doi:10.20473/bk.v9i2.22980.
- Yusi Kamhar, M. and Lestari, E. (2019) 'Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi', *Inteligensi : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), pp. 1–7. doi:10.33366/ilg.v1i2.1356.