

## Meningkatkan Promosi Produk Melalui Instagram Untuk UMKM Di To' Pao Toraja Utara

### *Increasing Product Promotion Via Instagram For MSMEs In To'pao Toraja Utara*

Lisa K. Wibisono<sup>1</sup>, Rati Pundissing<sup>2</sup>, Dwibin Kannapadang<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja

Korespondensi penulis : [wibisono\\_lisakurniasari@hotmail.com](mailto:wibisono_lisakurniasari@hotmail.com)

---

#### **Article History:**

Received: 30 Agustus 2021

Revised: 12 September 2021

Accepted: 30 September 2021

**Keywords:** *Product promotion, Instagram*

**Abstract:** *This service aims to develop effective strategies to increase product promotion for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through the Instagram platform. In the current digital era, Instagram has become one of the most popular and influential marketing tools, especially for MSMEs who want to expand their market reach. Through a literature review and analysis of best practices in digital marketing. Creating interesting content, using relevant hashtags, and implementing effective promotional strategies. By involving MSMEs directly in the strategy development process, this research also aims to strengthen their involvement in digital marketing and increase their understanding of the importance of online product promotion.*

---

#### **Abstrak**

Pegabdian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan promosi produk bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui platform Instagram. Dalam era digital saat ini, Instagram menjadi salah satu alat pemasaran yang paling populer dan berpengaruh, terutama bagi UMKM yang ingin memperluas jangkauan pasar mereka. Melalui tinjauan literatur dan analisis praktik terbaik dalam pemasaran digital. Pembuatan konten yang menarik, penggunaan hashtag yang relevan, dan penerapan strategi promosi yang efektif. Dengan melibatkan UMKM secara langsung dalam proses pengembangan strategi, penelitian ini juga bertujuan untuk memperkuat keterlibatan mereka dalam pemasaran digital dan meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya promosi produk secara online .

**Kata Kunci :** Promosi produk, Instagram

## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia, dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulannya. Di dalam konteks bisnis, Instagram menawarkan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Namun, banyak UMKM yang belum sepenuhnya memahami potensi Instagram sebagai alat pemasaran yang efektif.

### Tujuan PKM

1. Salah satu tujuan utama adalah meningkatkan pemahaman UMKM tentang potensi dan manfaat promosi produk melalui Instagram sebagai platform pemasaran yang efektif.
2. Melalui pelatihan dan workshop, tujuannya adalah memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada UMKM dalam hal pengelolaan akun Instagram, pembuatan konten yang menarik, dan strategi promosi yang efektif
3. Program ini bertujuan untuk mendorong UMKM untuk menerapkan praktik terbaik dalam promosi produk melalui Instagram, termasuk penggunaan hashtag yang tepat, pengoptimalan profil bisnis, dan analisis kinerja konten.
4. Dengan meningkatkan kualitas promosi produk mereka di Instagram, tujuannya adalah meningkatkan penjualan UMKM dan juga meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan akses yang lebih baik ke informasi produk.
5. Selain meningkatkan penjualan, tujuan lainnya adalah untuk memberdayakan UMKM agar lebih mandiri dalam mengelola promosi produk mereka sendiri, meningkatkan kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara online.
6. Program ini juga bertujuan untuk mendorong kolaborasi antara UMKM dan membangun jaringan yang kuat di antara mereka, sehingga mereka dapat saling mendukung dan bertukar pengalaman dalam penggunaan Instagram untuk promosi produk.

## METODE

1. Mengadakan sesi pelatihan dan workshop yang interaktif untuk UMKM tentang dasar-dasar Instagram, termasuk pembuatan profil bisnis, strategi konten, penggunaan hashtag, dan analisis kinerja.
2. Memberikan pendampingan individu kepada UMKM dalam merancang dan melaksanakan strategi promosi produk melalui Instagram. Ini mencakup pengoptimalan profil, pembuatan konten yang menarik, dan penggunaan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan IGTV
3. Membantu UMKM dalam pembuatan konten visual yang menarik, termasuk foto produk yang berkualitas tinggi dan video singkat yang menarik perhatian
4. Mengorganisir kampanye promosi kolaboratif di Instagram yang melibatkan beberapa UMKM sekaligus, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas produk mereka.
5. Melakukan pemantauan terhadap kinerja kampanye promosi produk di Instagram, termasuk analisis statistik, interaksi pengguna, dan peningkatan jumlah pengikut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dengan memanfaatkan Instagram secara efektif, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk mereka kepada audiens yang lebih luas, termasuk calon pelanggan potensial.
2. Melalui promosi yang konsisten dan menarik, UMKM dapat meningkatkan penjualan produk mereka dan memperluas pangsa pasar
3. Dengan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam pemasaran digital, UMKM menjadi lebih mandiri dalam mempromosikan bisnis mereka dan mengembangkan brand awareness.
4. Melalui kampanye promosi kolaboratif, UMKM dapat membangun jaringan dengan pelaku bisnis lainnya dan saling mendukung dalam pengembangan usaha.

## KESIMPULAN

Pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM dalam memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi produk yang efektif. Dengan memperoleh pemahaman dan keterampilan baru dalam pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas, penjualan, dan keberlanjutan bisnis mereka. Melalui kolaborasi antara pemerintah, lembaga non-profit, dan komunitas bisnis lokal, diharapkan pengabdian ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi UMKM dan ekonomi lokal secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko, B. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita
- Nurdin, Muhamad. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Oleh Akun @tamanwisatagenilangit Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Taman Wisata Genit Langit. *Skripsi Fakultas Ushuluddin Abaddan Dakwah Institut Agama Islam Negri Ponorogo*
- Prajarini, Dian. 2020. *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Yogyakarta: Budi Utama
- Sisca Larita, Abdul Halik dan Tajibu, K. 2020. Instagram Sebagai Media Promosi Dinas Kebudayaan dan Kepariwisata Sulawesi Selatan. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.
- Sugioyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan K&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Umami, Zahrotul. 2015. Social Strategi Pada Media Sosial Untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 4(2) 195-201.
- Wardani, Ella Agust. 2019. Mengembangkan Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Instagram Di Kota Semarang. *Skripsi. Fakultas Ekonomi*. Universitas Semarang.