

**MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM MELALUI AKTIVITAS DIGITAL  
MARKETING DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN  
FACEBOOK**

***INCREASE MSMEs INCOME THROUGH DIGITAL MARKETING ACTIVITIES BY  
USING INSTAGRAM AND FACEBOOK SOCIAL MEDIA***

**Dwitya Agustina<sup>1</sup>, Erza Sofian<sup>2</sup>, Miftahul Jannah<sup>3</sup>, Chance Ginaya Bancar<sup>4</sup>, Farrez Al  
Hakim<sup>5</sup>, Hani Ismalia<sup>6\*</sup>**

<sup>1,3,4,5,6</sup>Program studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Jakarta

<sup>2</sup>Program studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Jakarta

\**h.ismalia@students.esqbs.ac.id*

---

**Article History:**

Received: 09 Oktober 2021

Revised: 23 Oktober 2021

Accepted: 24 November 2021

**Keywords:** MSMEs, Pandemic  
Covid-19, Digital Marketing

**Abstract:** *The community empowerment program carried out this year focuses on economic impact of the COVID-19 pandemic related to government regulations in the form of activity restrictions has made a lot of performance in various business sectors decline, especially for large companies or corporations. Many MSME actors have difficulty maximizing the use of digitalization, both for old “players” and those who have just entered the world of entrepreneurship since the Covid-19 pandemic. The community service process includes the activities of the FGD stage, the survey stage, the socialization stage, the training stage, the mentoring stage, and the evaluation stage. Especially during the current covid-19 pandemic, where physical activity restrictions are imposed outside the home and resulted in a decrease in the income made by conventional businesses and prompted them to switch places to sell to the virtual world due to the increased activity of social media users. MSMEs in Jakarta which will be held on May 8, 2021 until now.*

---

**Abstrak**

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan tahun ini berfokus mengenai dampak ekonomi dari Pandemi Covid-19 terkait regulasi pemerintah berupa pembatasan aktivitas membuat banyak

performa di berbagai sektor bisnis menurun, terutama bagi perusahaan besar atau korporasi. banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk memaksimalkan pemanfaatan digitalisasi ini baik bagi “pemain” lama maupun yang baru terjun ke dunia wirausaha sejak pandemi Covid-19 ini. Proses pengabdian masyarakat meliputi kegiatan tahap FGD, tahap *survey*, tahap sosialisasi, tahap pelatihan, tahap pendampingan, dan tahap evaluasi. Terlebih di masa pandemi Covid-19 sekarang ini dimana dengan diberlakukannya pembatasan aktivitas fisik diluar rumah dan mengakibatkan banyak dari pendapatan yang dilakukan oleh bisnis secara konvensional menurun dan mendorong mereka untuk beralih tempat berjualan ke ranah dunia maya dikarenakan meningkatnya aktivitas pengguna media sosial. UMKM yang berada di Jakarta yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2021 hingga sampai saat ini.

**Kata Kunci:** *UMKM, Pandemi Covid-19, Pemasaran Digital.*

## PENDAHULUAN

Dampak ekonomi dari Pandemi Covid-19 terkait regulasi pemerintah berupa pembatasan aktivitas membuat banyak performa di berbagai sektor bisnis menurun, terutama bagi perusahaan besar atau korporasi. Dimana belakangan sering kita temui banyak perusahaan besar yang memberhentikan sebagian besar pegawai nya guna meningkatkan efisiensi. Namun berbeda dengan UMKM, dalam setiap masa krisis mereka mampu mempertahankan eksistensinya lebih lama dibandingkan dengan perusahaan besar. Terlebih bagi mereka (UMKM) yang dapat memanfaatkan platform digital dalam rangka memaksimalkan pendapatan bisnisnya. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang kesulitan untuk memaksimalkan pemanfaatan digitalisasi ini baik bagi “pemain” lama maupun yang baru terjun ke dunia wirausaha sejak pandemi Covid-19 ini. Walaupun ilmu pengetahuan seputar kiat-kiat kewirausahaan begitu banyak tersedia di internet, namun tidak sedikit yang mengalami kesulitan dalam memahami teori dan pengaplikasiannya. UMKM yang berada di Jakarta yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2021 hingga sampai saat ini.

Maka dari itu kami sebagai mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ ingin berpartisipasi dalam meningkatkan kesejahteraan UMKM terutama di masa pandemi seperti saat ini. Dengan memanfaatkan ilmu yang sudah kami terima dan terapkan diharapkan dapat membantu banyak pelaku UMKM yang sedang kesulitan. Di masa pandemi yang segala sesuatu dilakukan secara *online* membuat kami ingin UMKM yang kesulitan bertahan dengan bisnis *offline* dapat memulai perluasan bisnis ke bisnis *online*. Di dunia yang sudah serba digital sudah saatnya UMKM terjun ke dunia *online* dan dapat beradaptasi dengan era yang cepat berubah.

Kondisi perekonomian sekarang sedang dalam penurunan yang lumayan tinggi dikarenakan Virus Covid-19 baik dalam penurunan ekonomi sosial, konsumsi rumah tangga, pembelanjaan investasi dan juga penurunan perdagangan luar negeri yang begitu tajam. Lalu bagaimana dengan kondisi UMKM pada masa pandemi ini?, tentu UMKM mengalami penurunan yang pesat juga, dikarenakan dapat dipahami UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar dalam ekonomi

nasional. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1% dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha (Maulidizen, Winanto, Safaah, dkk., 2022).

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki potensi basis ekonomi yang besar dikarenakan jumlah pelaku UMKM di Indonesia yang sangat besar, lalu bagaimana para pelaku UMKM tetap terus berjalan sebagaimana mestinya dikala pandemi ini, adanya *marketplace online* menjadi salah satu kunci para pelaku UMKM bisa terus bertahan dalam pandemi ini dan adanya *project* ini adalah untuk mengajak pelaku UMKM lain yang belum mengerti akan teknologi dalam berjualan memiliki pengetahuan akan teknologi yang telah tersedia sehingga mampu bertahan di kondisi pandemi ini.

a. Potensi wilayah masyarakat sekitar

Potensi daerah sekitar Jabodetabek untuk dijadikan tempat kegiatan ini menurut kami akan menjadi tempat yang baik, dikarenakan lokasi di sekitar Jabodetabek banyak pelaku UMKM yang ada. Banyak pula pelaku UMKM kecil yang tidak mengetahui cara penggunaan teknologi dengan baik serta pelaku UMKM yang baru bermunculan dikarenakan kondisi pandemi ini. Membantu serta saling berbagi pengalaman merupakan suatu hal yang berharga bagi pelaku UMKM untuk terus berkembang dan bertahan dalam kondisi ini, serta mengetahui strategi yang baik dalam melakukan perdagangan dengan Teknologi akan menjadi nilai tambah bagi pelaku UMKM sekitar Jabodetabek dalam menghadapi kondisi sosial sekarang sehingga ekonomi nasional pun kemungkinan akan menjadi penyelamat negara dalam kondisi ini (Maulidizen, Winanto, Indrajaya, dkk., 2022).

## METODE PELAKSANAAN

a. Tahapan-Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahapan:

1. Tahap *Focus Group Discussion* (FGD)

Kami selaku tim penyelenggara berdiskusi rutin dengan dosen pembimbing. Pada tahap FGD ini kami berdiskusi mengenai siapa target penerima manfaat program pengabdian ini, mencari tahu apa permasalahan mereka dan solusi apa yang dapat kita berikan untuk mereka.

2. Tahap *Survey*

Langkah selanjutnya setelah kami memilih target peserta kami yakni UMKM dan permasalahan yang kita cari adalah seputar optimalisasi penggunaan Instagram untuk bisnis mereka dan solusi yang kita berikan adalah dengan mengadakan webinar edukasi terkait solusi terhadap permasalahan tersebut. Kami membuat *survey* yang diberikan kepada calon peserta dari UMKM. Hal-hal yang diamati dalam tahap ini mengenai

seberapa besar tingkat familiaritas para peserta dengan penggunaan Instagram untuk bisnis dan hal apa saja yang dibutuhkan serta diharapkan oleh para peserta dalam webinar nanti. *Survey* dilakukan dengan menyebarkan link Google Form yang telah dibuat.

### 3. Tahap Sosialisasi

Pada tahapan ini peserta diberikan gambaran mengenai sistem pelaksanaan Kegiatan dan memberikan jadwal webinar pelatihan kegiatan Pengabdian Masyarakat agar dapat berjalan lancar. Kami memanfaatkan penyebaran informasi tersebut melalui Whatsapp dan juga link *Goers* untuk menambah pengalaman pemesanan tiket webinar yang lebih menarik.

### 4. Tahap Pelatihan

Memberikan pelatihan melalui *event* webinar yang dilaksanakan kepada pelaku UMKM untuk bisa menerapkan ilmu yang sudah didapat seputar pengetahuan dasar mengenai peningkatan penjualan dengan memanfaatkan media sosial Instagram. Pelatihan ini dilakukan secara *online* dengan team kami sendiri sebagai narasumber dan moderator. Waktu pelatihan yang berupa webinar dilakukan sebanyak 1 kali pada hari Sabtu, 8 Mei 2021 yang dimulai dari jam 13.00-15.00(Winanto dkk., 2022).

### 5. Tahap Pendampingan

Para peserta diberikan pendampingan oleh kami sebagai sarana berkomunikasi lebih intens mengenai penerapan ilmu kewirausahaan dari pelatihan di webinar yang telah diberikan hingga pelaku UMKM tersebut dapat merasakan dampak positif bagi hasil kemajuan usahanya. Pendampingan ini dilakukan dengan membuat grup yang berisi para peserta di Whatsapp sehingga waktu untuk berkonsultasi lebih lanjut dengan kami dapat dilakukan kapanpun secara tentatif.

### 6. Tahap Evaluasi

Tahap terakhir dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yakni evaluasi, dimana evaluasi dilakukan ketika program kegiatan webinar ini sudah selesai berjalan. Dengan demikian dapat diketahui dampak positif yang dirasakan oleh para peserta dari webinar yang diikuti dan kami dapat mengetahui kritik dan saran tentang apa saja yang perlu ditingkatkan dalam kegiatan sejenis selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Tahap FGD

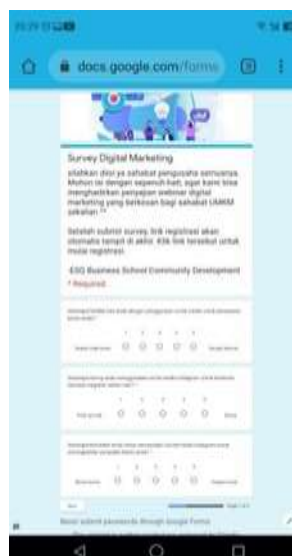
Pada tahap FGD dengan dosen pembimbing, kami menentukan target dari penerima manfaat program pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku UMKM. Selanjutnya kami lebih memfokuskan lagi untuk menargetkan para pelaku UMKM yang memiliki kendala terhadap pemanfaatan Instagram untuk bisnis dan tertarik untuk mempelajari solusinya. Maka dari itu kami akhirnya memutuskan untuk pelatihan pemanfaatan Instagram untuk bisnis yang bertujuan untuk mengedukasi para pelaku UMKM terkait berbagai cara dan tips dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial Instagram untuk aktivitas bisnis agar penjualan dapat meningkat.



Gambar 1. Diskusi Pelaksanaan

#### b. Tahap *Survey*

Pembuatan kuesioner untuk meneliti apa yang sedang dibutuhkan oleh UMKM untuk melakukan promosi secara digital berjalan dengan baik. Tetapi setelah kuesioner disebarakan kepada target UMKM, tidak ada UMKM yang mengisi survei tersebut. Sehingga pelaksana berdiskusi kembali untuk memutuskan pengambilan tema dan judul pelatihan dalam webinar. Dari diskusi pelaksana tersebut didapatkan judul “*Optimizing Your Instagram for Business*”.



Gambar 2. Kuesioner

#### c. Tahap Sosialisasi

Pada tahap sosialisasi ini yang berupa penyebaran informasi seputar undangan untuk mengikuti kegiatan webinar, kami berhasil memadukan desain undangan *digital* yang memperhatikan nilai estetika dan peningkatan pengalaman memesan tiket webinar yang berbeda dan menarik dengan memanfaatkan layanan pihak ketiga yakni *Goers Event Management*. Walaupun desain dan susunan sudah dibuat sedemikian rupa, namun ternyata yang mengakses melalui website *Goers* tersebut hanya 1 peserta dan sisanya mendaftar melalui pesan undangan sederhana yang berisi link melalui Whatsapp. Kami akhirnya mempelajari dari temuan ini bahwa target peserta webinar kami dimana lebih banyak diikuti oleh generasi senior cenderung lebih menyukai cara-cara sederhana yang umum yakni mendaftarkan diri melalui Whatsapp daripada situs lain karena terkesan tidak sulit dan tidak repot.

#### d. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan cara memaparkan materi melalui webinar yang dihadiri oleh 2 narasumber yaitu Farez al-Hakim dan Chance Ginaya Bancar, dan 1 moderator yaitu Miftahul Jannah. Kegiatan webinar tersebut berjalan dengan lancar yang dilaksanakan pada:

Hari/Tanggal : Sabtu, 8 Mei 2021

Waktu : 13.00-15.00 WIB

Webinar tersebut dihadiri oleh 10 UMKM yang mana target awal peserta dari pelaksanaan kegiatan tersebut sebanyak 5 UMKM.



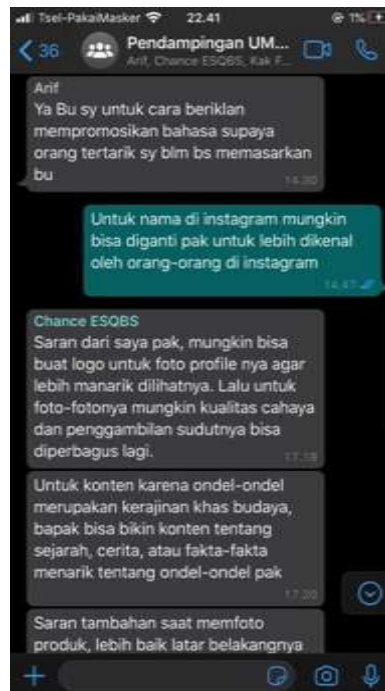
Gambar 3. Webinar



Gambar 4. Webinar

#### e. Tahap Pendampingan

Setelah mengikuti webinar peserta UMKM dapat mengikuti pendampingan secara *virtual* pada aplikasi Whatsapp. Dalam pendampingan tersebut kita membantu peserta UMKM untuk memaksimalkan penggunaan sosial media sebagai pemasaran produknya.

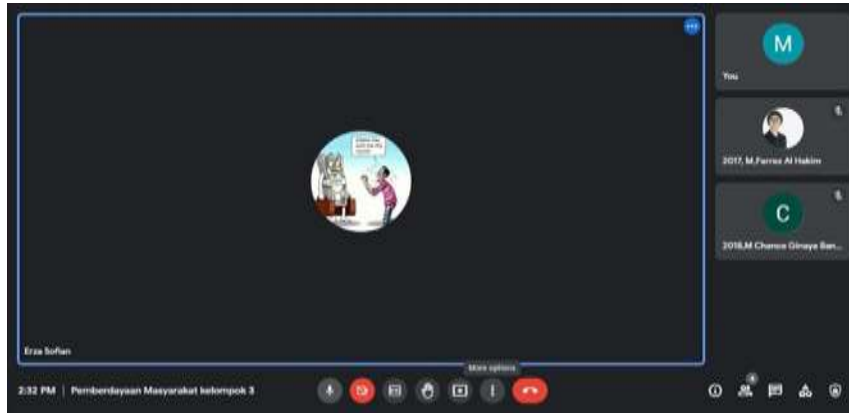


Gambar 5. Pendampingan UMKM

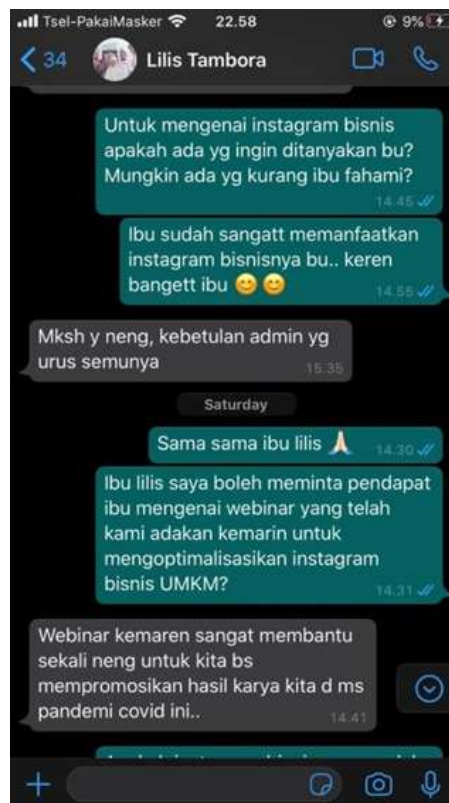
#### f. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan bersama dengan dosen pembimbing ketika program kegiatan webinar sudah selesai. Setelah dilakukannya webinar pelaksana meminta *feedback* kepada peserta untuk

memberikan pendapatnya mengenai webinar yang telah diikuti mengenai optimalisasi penggunaan Instagram sebagai promosi untuk peningkatan penjualan.



Gambar 6. Meeting Evaluasi



Gambar 7. Feedback Pengabdian Masyarakat



## KESIMPULAN

Kesimpulan dari laporan kegiatan Pengabdian Masyarakat kami adalah ternyata masih banyak para pelaku UMKM diluar sana yang masih membutuhkan edukasi tambahan agar dapat memaksimalkan kanal media sosial nya demi memajukan bisnisnya. Terlebih di masa pandemi covid-19 sekarang ini dimana dengan diberlakukannya pembatasan aktivitas fisik diluar rumah dan mengakibatkan banyak dari pendapatan yang dilakukan oleh bisnis secara konvensional menurun dan mendorong mereka untuk beralih tempat berjualan ke ranah dunia maya dikarenakan meningkatnya aktivitas pengguna media sosial. Dengan segala kerendahan hati kami sangat senang dapat berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman yang kami miliki melalui program Pengabdian Masyarakat yang berbentuk webinar ini. Besar harapan agar kegiatan ini dapat terus berlanjut oleh kawan-kawan kami yang lain dan semakin baik kedepannya.

Demikian laporan akhir kegiatan Pengabdian masyarakat secara *online* pada UMKM yang berada di Jakarta yang dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2021 hingga sampai saat ini. Terimakasih untuk semua pihak yang sudah membantu melancarkan kegiatan ini sampai selesai. Semoga kegiatan yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

## PENGAKUAN / UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksananya pengabdian kepada masyarakat ini, terutama kepada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ yang telah memberikan banyak dukungan demi suksesnya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih penulis juga ucapkan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Tak lupa pula penulis juga mengucapkan terima kasih kepada UMKM sekitar Jabodetabek sehingga terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan lancar sampai dengan selesai. Dimana kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan kolaborasi antara dosen Prodi Manajemen dan Prodi Sistem Informasi serta mahasiswa Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen dan Ilmu Komputer ESQ, Jakarta.

## DAFTAR REFERENSI

- Rahmi. Aditya, Shandy. ES, Purwana, D. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kelurahan malaka sari, duren sawit. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 1-17.
- Zakaria, Nizar. Sulaksono, Juli. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. Generation Journal, 4(1), 41-48.
- Dewirahmadanirwati, D. (2020). Strategi Meningkatkan Minat Berwirausaha di Lingkungan Mahasiswa Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Pendidikan Scholastic, 4(2), 34-40.

- Pramesti, Puji. Dwijayanti, Andina. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikraith-Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Alfrian, Rio, G. Pitaloka, Endang. (2020). Strategi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik Covid 19 di indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6(2), 139-146.
- <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>