

Pelatihan Promosi UMKM Nasi Goreng Baper Melalui Instagram

Oleh:

Wisnu Arief Fatulloh

Poppy Febriana

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Maret, 2024



Pendahuluan

- Instagram adalah media sosial yang menawarkan berbagai macam fitur dan fasilitas yang berbeda dengan media sosial sebelumnya (Pramudita, 2020) Oleh sebab itu hampir seluruh masyarakat Indonesia menjadikan nasi sebagai makanan pokok mereka, menurut hasil riset hasil penelitian yang dilakukan oleh Licorice: Southeast Asian Market Insights, sebesar 88,4 persen responden (masyarakat Indonesia) lebih menyukai nasi dibanding makanan lainnya (Putri, 2021).
- Olahan nasi goreng menjadi salah satu menu hidangan favorit dari masyarakat di karenakan rasanya yang cocok di lidah orang Indonesia. Dalam pengabdian masyarakat hal ini kami mengangkat salah satu pelaku UMKM di daerah Surabaya lebih tepatnya di Jl. Siwalankerto timur no. 189, Surabaya.

Pendahuluan

Nama UMKM yang diangkat oleh pengabdian adalah Nasi Goreng Baper bisnis di yang bergerak bidang kuliner ini dimiliki oleh Anik Widarti selaku owner dari bisnis ini usaha yang dijalankan beliau ini mulai berjalan dari tahun 2019 dan masih berlanjut sampai saat ini.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Bagaimana peningkatan pemasaran produk nasi goreng baper setelah pembuatan akun Instagram?
2. Bagaimana peningkatan followers akun Instagram nasi goreng baper?

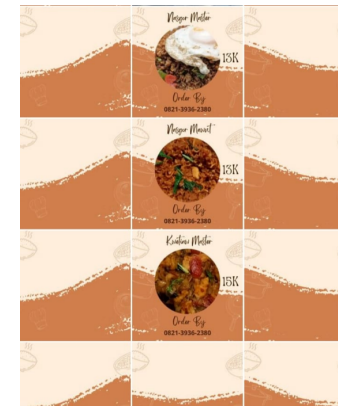
Metode

Pada pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif pendekatan ini menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Tujuan dari penggunaan metode pendekatan kualitatif deskriptif adalah karena tujuan utama dalam pendekatan kualitatif adalah untuk membuat fakta/fenomena agar mudah dipahami (understandable) dan memungkinkan sesuai modelnya dapat menghasilkan hipotesis baru (Fadli, 2021).

Hasil Dan Pembahasan

- Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di daerah Jl. Siwalankerto timur no. 189, Surabaya pada tanggal 17 Juni melakukan survey secara langsung ke outlet pelaku UMKM tersebut, melakukan pemantuan serta melakukan pengenalan Instagram sebagai media pemasaran dan promosi, pelaku umkm tersebut sebelumnya hanya melakukan kegiatan pemasaran melalui mulut ke mulut dan story wa. Sehingga kami ingin membuat akun Instagram sebagai tempat promosi di media sosial agar produk yang dikeluarkan oleh pelaku umkm menjadi lebih di kenal setelah membuat akun Instagram melakukan penataan feed ig seperti memposting berbagai macam menu yang di sediakan pelaku umkm tersebut.

- Bukti pembuatan akun Instagram yang nantinya akan di gunakan oleh pelaku UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran serta promosi agar produk yang dikeluarkan oleh pelaku UMKM lebih di kenal di masyarakat luas, sehingga nantinya dapat meningkatkan pendapatan yang di peroleh.
- Penataan feed ig guna untuk menarik perhatian pelanggan terlihat disini di feed ig tersebut kami melakukan pemostingan berupa aneka macam menu yang terdapat di dalam umkm yang kami pilih.

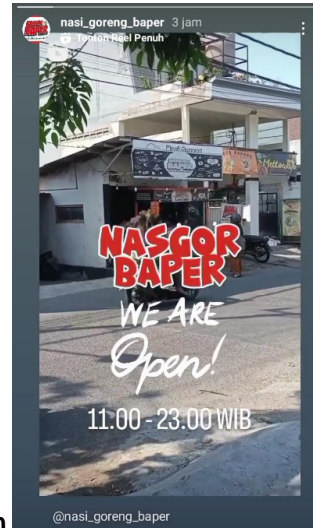


- Pada gambar ini menunjukkan adanya kenaikan dari jumlah followers yang jumlah awal hanya sekitar 5 followers saja kini sudah meningkat menjadi 12 followers.



Hasil dari pengabdian masyarakat ini berupa terjadinya insight berupa kenaikan dari jumlah followers yang tadinya pada awal pembuatan akun hanya lima followers menjadi dua belas followers setelah adanya penataan katalog produk di feed ig dan juga pembuatan video Sebagian promosi UMKM.

- Disini merupakan salah satu penggunaan fitur Instagram stories yang di gunakan oleh pemilik akun UMKM yang bertujuan untuk memberikan informasi tentang jam operasional.



Penggunaan fitur Instagram stories ini adalah salah satu pemanfaatan tentang penggunaan Instagram sebagai platform promosi dan pemasaran dengan adanya fitur ini memungkinkan konsumen mengetahui informasi tentang jam operasional lokasi dan juga produk yang di keluarkan oleh pelaku UMKM.

Manfaat Penelitian

Memberikan manfaat bagi pelaku umkm untuk mempermudah dan memperluas penjualan nasi goreng baper, Dan juga untuk mengetahui Peningkatan Jumlah follower Akun Instagram Pada UMKM nasi goreng baper

kesimpulan

Berdasarkan hasil suvery tujuan dari penggunaan Instagram ini adalah untuk menjangkau lebih banyaknya konsumen dari UMKM tersebut, yang Sebagian besar konsumen dari produk ini adalah kalangan remaja sehingga dapat menarik minat dan daya beli calon konsumen terhadap suatu produk dan juga agar dapat mengetahui informasi dari produk yang di keluarkan. Serta untuk menambah pengetahuan terhadap pelaku UMKM tentang apa itu promosi serta pemasaran melalui media sosial khususnya di Instagram, dengan adanya pembuatan akun instagram serta proses penataan feed ig dapat menarik minat serta perhatian konsumen untuk membeli produk dari umkm tersebut.

Referensi

- Digital, P. T. (2023, July 25). fakta tentang padi (Beras) di Indonesia. From Pak Tani Digital: <https://paktanidigital.com/artikel/fakta-tentang-beras-di-indonesia/>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian. journal uny, 22.
- Febriana, P. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Traveloka Melalui Instagram. Indonesian Journal of Innovation Studies, 22.
- Kusuma, D. F. (2019). Strategi Pemafaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran. Jurnal Manajemen Komunikasi, 16.
- Luqman, M. U. (2021). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. Untag Surabaya Repository, 12.
- Pramudita, A. S. (2020). PENGARUH INSIGHT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PENJUALAN PRODUK ONLINE. Jurisma, 15.
- Putri, V. K. (2021, 03 14). Kenapa Orang Indonesia Suka Makan Nasi. From Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2021/03/14/091522869/kenapa-orang-indonesia-suka-makan-nasi>
- Sagiyanto, A. (2020). PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK HAUS MELALUI AKUN @HAUS.INDONESIA. Jurnal AKRAB JUARA, 18.

