



DIKTISAINTEK
BERDAMPAK

LPPM
LPM "VETERAN" JAWA TIMUR



MODUL PENGABDIAN MASYARAKAT

Strategi Peningkatan Skala Usaha UMKM
melalui Social Media Marketing dan
Penguatan Manajemen Bisnis

Disusun Oleh:

Kelompok 107

Kel. Banjarsugihan Kec. Tandes



**STRATEGI PENINGKATAN SKALA USAHA UMKM
MELALUI SOCIAL MEDIA MARKETING DAN
PENGUATAN MANAJEMEN BISNIS**



Oleh:

Dewi Deniaty S.,S.E.,M.M

NIDN : 199102222020122016

Tri Andini Agustin	(22031010047)
Richlatus Sholichah	(22025010213)
Ana Fitria Rohmatin	(22042020122)
Nailatul Farodis	(22012010415)
Dita Nurdianti	(22012010093)

**KELOMPOK 107 KKN SDG's BELA NEGARA
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul modul : Strategi Peningkatan Skala Usaha
UMKM melalui Social Media Marketing
dan Penguatan Manajemen Bisnis
2. Pemanfaatan ipteks : Pengabdian masyarakat
3. Nama dosen pembimbing lapangan
 - a. Nama lengkap : Dewi Deniaty S., S.E., M.M
 - b. NIDN : 199102222020122016
 - c. Jabatan fungsional : Dosen
 - d. Prodi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
 - e. ID Sinta/ID G-Scholar :
<https://scholar.google.com/citations?user=-yqVR00AAAAJ&hl=id>
 - f. Nomor HP : 082223338636
 - g. Alamat E-mail : dewi_deniaty.mnj@upnjatim.ac.id
4. Lokasi kegiatan : Kelurahan Banjar Sugihan,
Kecamatan Tandes, Kota
Surabaya
5. Anggota
 1. Nama Lengkap : Adelita Zahrah
NPM : 22042010084
Prodi/Fakultas : Administrasi Bisnis/Ilmu Sosial, Budaya dan
Politik
 2. Nama Lengkap : Aisha Sofia Chandra Maharani
NPM : 22071010265
Prodi/Fakultas : Hukum/Hukum
 3. Nama Lengkap : Alya Az Zahra
NPM : 22011010099
Prodi/Fakultas : Ekonomi Pembangunan/Ekonomi dan Bisnis
 4. Nama Lengkap : Ana Fitria Rohmatin
NPM : 22042010122
Prodi/Fakultas : Administrasi Bisnis/Ilmu Sosial, Budaya dan
Politik

5. Nama Lengkap : Angga Rizki Dolla Remba
NPM : 22032010095
Prodi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
6. Nama Lengkap : Aryofa Nur Umami
NPM : 22044010135
Prodi/Fakultas : Hubungan Internasional/Illmu Sosial, Budaya dan Politik
7. Nama Lengkap : Bayu Diana Putra
NPM : 21044010089
Prodi/Fakultas : Hubungan Internasional/Illmu Sosial, Budaya dan Politik
8. Nama Lengkap : Devin Isra Mahardika
NPM : 22032010228
Prodi/Fakultas : Teknik Industri / Teknik
9. Nama Lengkap : Dita Nurdianti
NPM : 22012010093
Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
10. Nama Lengkap : Eunike Lastahan M. S
NPM : 22032010125
Prodi/Fakultas : Teknik Industri/Teknik
11. Nama Lengkap : Felsefyana Kamala Hayati
NPM : 22071010160
Prodi/Fakultas : Hukum/Hukum
12. Nama Lengkap : Griffith Athallah Eriawan
NPM : 22012010424
Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
13. Nama Lengkap : Ilham Takbir Al Azhiim
NPM : 22082010092
Prodi/Fakultas : Sistem Informasi/Illmu Komputer
14. Nama Lengkap : Juli Amelia Putri
NPM : 22013010098
Prodi/Fakultas : Akuntansi/Ekonomi dan Bisnis
15. Nama Lengkap : Larasati Romadhani Y. P
NPM : 22083010053
Prodi/Fakultas : Sains Data/Illmu Komputer

16. Nama Lengkap : Marshanda Thyrsa B. P.
 NPM : 22051010014
 Prodi/Fakultas : Arsitektur/Arsitektur dan Desain
17. Nama Lengkap : Mochammad Fariz Yudhoyono
 NPM : 22041010228
 Prodi/Fakultas : Administrasi Publik/Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
18. Nama Lengkap : Muhammad Bayu Nasrullah
 NPM : 21081010042
 Prodi/Fakultas : Informatika/Ilmu Komputer
19. Nama Lengkap : Muhammad Syaiful Anwar
 NPM : 22013010153
 Prodi/Fakultas : Akuntansi/Ekonomi dan Bisnis
20. Nama Lengkap : Nailatul Farodis
 NPM : 22012010415
 Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
21. Nama Lengkap : Niko Riyan Saputra
 NPM : 22071010231
 Prodi/Fakultas : Hukum/Hukum
22. Nama Lengkap : Pranaja Wijandra Agra Nata
 NPM : 22012010411
 Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis
23. Nama Lengkap : Rahmania Shafa
 NPM : 22033010058
 Prodi/Fakultas : Teknologi Pangan/Teknik
24. Nama Lengkap : Richlatus Sholichah
 NPM : 22025010213
 Prodi/Fakultas : Agroteknologi/Pertanian
25. Nama Lengkap : Ruth Anastasya Sandy S.
 NPM : 22071010175
 Prodi/Fakultas : Hukum/Hukum
26. Nama Lengkap : Serlinda Mareta Putri
 NPM : 22083010025
 Prodi/Fakultas : Sains Data/Ilmu Komputer

27. Nama Lengkap : Sujatmiko Dwi Kuncoro
NPM : 22082010185
Prodi/Fakultas : Sistem Informasi/Ilmu Komputer
28. Nama Lengkap : Tri Andini Agustin
NPM : 22031010047
Prodi/Fakultas : Teknik Kimia/Teknik
29. Nama Lengkap : Windy Permatasari
NPM : 21012010134
Prodi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Surabaya 25 juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

Ketua Pelaksana,



Dewi Deniaty S., S.E., M.M
NIP. 1991102222020122016



Bayu Diana Putra
NPM. 21044010089

Mengetahui

Ka. LPPM
UPN "Veteran" Jawa Timur


Prof. Dr. Ir. Rossyda Priyadharsini, M.P.
NIP. 196703191991032001

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat-Nya lah kami dapat menyelesaikan modul ini sebagai bahan sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat dengan Judul “Workshop: Digital Marketing Untuk UMKM”. Modul ini disusun untuk menunjang Pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan di Kelurahan Banjarsugihan, Kecamatan Tandes, Kota Surabaya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah turut membantu penyusunan modul ini. Adapun pihak-pihak yang tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih atas dukungan secara moril maupun materil, sebagai berikut:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur
2. Dr. Ir. Rossyda Priyadarshini, M.P. selaku Kepala LPPM UPN “Veteran” Jawa Timur
3. Dewi Deniaty S., S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Lapang KKN Tematik SDGS 107 UPN “Veteran” Jawa Timur
4. Lurah Banjarsugihan, Sekretaris Banjarsugihan serta seluruh Perangkat Kelurahan Banjarsugihan Kota Surabaya.
5. Ketua RW 04 dan Seluruh Ketua RT di RW 04 Kelurahan Banjarsugihan
6. Seluruh warga Kelurahan Banjarsugihan
7. Seluruh panitia KKN Tematik SDGS 107 UPN “Veteran” Jawa Timur
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu

Penulis menyadari masih banyak kekurangan pada laporan ini terdapat ketidak sempurnaan karena keterbatasan waktu, tenaga, pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati dan bersedia menerima kritik, saran dan masukan yang membangun dari pihak pembaca terkait laporan modul ini. Akhir kata, penulis berharap agar laporan ini dapat manfaat dan tambahan informasi bagi pihak yang membutuhkan.

Surabaya 25 juli 2025

Dewi Deniaty Sholihah, S.E., M.M

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
1. PENDAHULUAN	1
2. PELAKSANAAN KEGIATAN.....	4
3. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	8
3.1. Pembahasan 1	8
4. PENUTUP.....	25
5. DAFTAR PUSTAKA.....	27
6. LAMPIRAN.....	29
Lampiran 1	29
Lampiran 2	29
Lampiran 3	29
Lampiran 4.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Rundown Acara.....	7
-------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Denah lokasi workshop digital marketing untuk UMKM	8
Gambar 2. Pembuatan akun baru	12
Gambar 3. Memasukkan email	12
Gambar 4. Memasukkan kode verifikasi	13
Gambar 5. Membuat kata sandi	13
Gambar 6. Memasukkan tanggal lahir	Error! Bookmark not defined.
Gambar 7. Memasukkan nama lengkap.....	14
Gambar 8. Membuat nama pengguna	15
Gambar 9. Menambahkan foto profil.....	15
Gambar 10. Akun instagram sudah terdaftar	16
Gambar 11. Membuat foto profil	Error! Bookmark not defined.
Gambar 12. Cara follow dan follow back ..	Error! Bookmark not defined.
Gambar 13. Membuat postingan dan caption	19
Gambar 14. Menghapus foto postingan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 15. Membuat instastory	21
Gambar 16. Edit tautan lokasi.....	22
Gambar 17. Edit bio	23

Gambar 18. Pelatihan pengambilan foto produk 24

STRATEGI PENINGKATAN SKALA USAHA UMKM MELALUI SOCIAL MEDIA MARKETING DAN PENGUATAN MANAJEMEN BISNIS

¹ Dewi Deniaty S., S.E., M.M, ² Tri Andini Agustin, ³Richlatus Sholichah, Ana Fitria Rohmatin, Nailatul Farodis, Dita Nurdianti

E-mail:¹ dewi_deniatty.mnj@upnjatim.ac.id,
²22031010047@student.upnjatim.ac.id,
³22025010213@student.upnjatim.ac.id,
⁴22042020122@student.upnjatim.ac.id,
⁵22012010415@student.upnjatim.ac.id,
⁶22012010093@student.upnjatim.ac.id

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era Industri 4.0 telah memicu transformasi digital secara menyeluruh di berbagai sektor, termasuk sektor usaha. Transformasi ini bukan hanya menjadi peluang, tetapi juga menjadi kebutuhan mendesak agar pelaku usaha dapat beradaptasi dan bertahan dalam menghadapi tantangan globalisasi yang ditandai dengan derasnya arus informasi dan persaingan pasar yang semakin kompetitif (Javaria et al., 2020; Oktaviani et al., 2023). Transformasi digital juga turut mendorong pelaku usaha untuk mengubah cara kerja dan strategi pemasarannya dengan memanfaatkan inovasi teknologi yang tersedia (Widya Astuti, Sayudin, & Muharam, 2023).

Salah satu bentuk nyata dari transformasi digital dalam dunia usaha adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana

pemasaran. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat, terutama di kalangan milenial dan generasi Z yang tumbuh bersama perkembangan teknologi seluler. Akses mudah terhadap media sosial melalui perangkat pintar mendorong munculnya tren perdagangan seluler (m-commerce) yang melibatkan aktivitas jual beli, pembayaran digital, serta komunikasi dengan konsumen secara daring. Hal ini menciptakan peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk mereka (Astuti et al., 2023).

UMKM sendiri merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, UMKM menyumbang 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hingga 96,9% tenaga kerja. Meski demikian, tingkat digitalisasi UMKM di Indonesia masih tergolong rendah. Hanya sekitar 30% dari lebih dari 65 juta pelaku UMKM yang telah memanfaatkan *platform digital* seperti *marketplace*, media sosial, dan sistem pembayaran nontunai (Irianto et al., 2022). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan digital yang perlu dijumpai melalui edukasi dan pendampingan.

Strategi digital marketing menjadi salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM. Pemasaran digital memiliki keunggulan seperti perluasan jangkauan pasar, peningkatan *brand awareness*, kemudahan interaksi langsung dengan konsumen, serta kemampuan untuk menganalisis keterlibatan pengguna melalui fitur-fitur analitik (Alfian et al.,

2023). Di antara berbagai *platform* media sosial, Instagram dinilai sebagai media yang paling potensial dalam promosi produk UMKM. Sebagai platform berbasis visual, Instagram memungkinkan pelaku usaha untuk menampilkan produk dengan cara yang menarik, kreatif, dan komunikatif (Pasaribu & Oktavia, 2021). Selain itu, fitur seperti *Story*, *Reels*, *Highlights*, dan Instagram *Shopping* memungkinkan UMKM untuk membangun pengalaman interaktif dengan konsumen secara langsung.

Lebih jauh, kemampuan dalam menghasilkan konten visual berkualitas, teknik pengambilan foto produk, serta penulisan caption yang menarik menjadi keterampilan penting yang mendukung efektivitas pemasaran digital. Semua hal tersebut membutuhkan pelatihan dan pendampingan agar UMKM tidak hanya memiliki akun media sosial, tetapi juga mampu memanfaatkannya secara optimal dan strategis.

Modul ini disusun sebagai salah satu bentuk pengabdian masyarakat dalam Program Kuliah Kerja Nyata (KKN), dengan fokus pada workshop digital marketing berbasis Instagram. Sasaran kegiatan ini adalah pelaku UMKM di RW 4 Kelurahan Banjar Sugihan, yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai indikator legalitas usaha. Modul ini tidak hanya memuat materi edukatif mengenai pentingnya digitalisasi dan strategi pemasaran melalui Instagram, tetapi juga menyertakan praktik langsung, seperti pembuatan akun bisnis, pengenalan fitur Instagram, hingga tips pengambilan foto dan penulisan caption promosi.

Dibandingkan modul-modul sejenis yang cenderung hanya menjelaskan teori pemasaran digital secara umum, keunikan dan

kebaruan dari modul ini terletak pada pendekatan praktis dan kontekstual yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM lokal. Modul ini dirancang dengan menekankan aspek keberlanjutan, kemudahan pemahaman, serta relevansi terhadap karakteristik pelaku UMKM sasaran. Diharapkan, modul ini dapat menjadi referensi sekaligus panduan pelatihan yang aplikatif dalam mendorong transformasi digital UMKM di tingkat akar rumput.

2. PELAKSANAAN KEGIATAN

- Jadwal kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan pada:

Hari : Minggu 6 juli 2025

Waktu : 13.00-15.00

- Lokasi kegiatan

Lokasi kegiatan ini dilaksanakan di gedung galing Kelurahan Banjarsugihan yang merupakan tempat bagi warga Kelurahan banjarsugihan untuk melaksanakan berbagai acara kemasyarakatan serupa yang melibatkan seluruh warga Kelurahan banjarsugihan.

- Metode pelaksanaan

Penyaluran program ini dilakukan melalui kegiatan workshop dan penyuluhan digital marketing kepada pelaku UMKM di RW 4 Kelurahan Banjar Sugihan yang telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan promosi pelaku UMKM melalui platform media sosial, khususnya Instagram. Workshop ini menghadirkan narasumber dari kalangan praktisi digital

marketing serta didampingi oleh tim KKN sebagai fasilitator. Dalam pelaksanaannya, peserta mengikuti beberapa sesi kegiatan sebagai berikut:

1. Pemaparan Materi: “Pentingnya Digitalisasi bagi UMKM dan Pemanfaatan Media Sosial Instagram”

Pada sesi ini, narasumber menyampaikan materi mengenai pentingnya digitalisasi dalam dunia usaha, terutama di era teknologi saat ini. Penjelasan mencakup bagaimana media sosial telah menjadi alat pemasaran yang efektif dan bagaimana Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer dan potensial untuk promosi produk. Materi yang disampaikan meliputi: Peran media sosial dalam pemasaran UMKM, Alasan pemilihan Instagram sebagai alat promosi, Manfaat digitalisasi bagi UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun brand awareness. Sesi ini bertujuan menumbuhkan pemahaman dasar peserta mengenai pentingnya transformasi digital dan membuka wawasan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga peluang usaha.

2. Praktik Pembuatan dan Pengaturan Akun Instagram Bisnis

Setelah memahami konsep dasar digitalisasi, peserta diajak langsung untuk mempraktikkan pembuatan akun Instagram bisnis. Fasilitator dan narasumber akan membimbing peserta dalam: Membuat akun Instagram (bagi yang belum memiliki), Mengubah akun menjadi akun bisnis,

Menyusun profil usaha yang menarik (bio, username, foto profil), Menghubungkan akun ke WhatsApp atau kontak usaha lainnya. Kegiatan ini dilakukan secara step-by-step dan interaktif, agar setiap peserta dapat langsung mempraktikkan dan menyesuaikan dengan kebutuhan usaha masing-masing.

3. Penggunaan Fitur-Fitur Instagram untuk Promosi

Pada sesi ini, peserta dikenalkan pada berbagai fitur Instagram yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung aktivitas promosi usaha. Narasumber menjelaskan cara kerja dan contoh penggunaan fitur seperti: *Feed* dan teknik upload konten berkualitas, *Story* untuk promosi singkat dan interaktif, *Reels* untuk menjangkau audiens lebih luas, *Highlight* untuk mengarsipkan konten penting.

4. Tips Pengambilan Foto Produk

Visual menjadi kunci utama dalam menarik perhatian konsumen di Instagram. Karena itu, sesi ini berfokus pada praktik sederhana dalam: Mengambil foto produk dengan pencahayaan dan komposisi yang baik menggunakan kamera HP, Menentukan gaya konten yang sesuai (foto produk, testimoni, *behind the scene*)

5. Sesi Tanya Jawab dan Evaluasi

Sesi terakhir adalah forum tanya jawab antara peserta dan narasumber. Peserta bebas menyampaikan kendala, pertanyaan, atau masukan terkait kegiatan workshop.

- Susunan acara

Tabel 2. 1 Rundown Acara

Pukul		Durasi	Kegiatan
Mulai	Selesai		
12:30	13:00	0:30:00	Peserta Memasuki Gedung Galing dan melakukan absensi
13:00	13:05	0:05:00	Pembukaan oleh MC
13:05	13:10	0:05:00	Menyanyikan lagu indonesia raya
13:10	13:15	0:05:00	Sambutan oleh Ketua KKN
13:15	13:20	0:05:00	Sambutan oleh Ketua RW
13:20	13:25	0:05:00	Intermezzo MC
13:25	13:35	0:10:00	Materi ke-1: pentingnya sosial media bagi pemasaran umkm
13:35	14:15	0:40:00	Materi ke-2: praktek pembuatan akun instagram
14:15	14:25	0:10:00	Ice Breaking
14:25	14:45	0:20:00	Materi ke-3: penjelasan fitur fitur instagram
14:45	14:55	0:10:00	dokumentasi bersama

- Pemateri
 - a. Nama: Alya Az Zahra
Materi: pentingnya digitalisasi bagi UMKM
 - b. Nama: Windy Permatasari
Materi: tutorial pembuatan akun sosial media(instagram)
 - c. Nama: Ilham Takbir Al Azhiim

Materi: pengambilan foto atau video yang baik

- Kelompok sasaran
Kelompok sasaran pada kegiatan WORKSHOP: DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM yaitu, UMKM yang sudah memiliki NIB di RW4 Kelurahan banjarsugihan.
- Denah lokasi



Gambar 1. Denah lokasi workshop digital marketing untuk UMK

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pembahasan 1

Digitalisasi UMKM sebagai salah satu usaha UMKM berbasis media teknologi baik dari proses produksi, distribusi, dan konsumsi yang menerapkan nilai-nilai kekeluargaan dalam kegiatan transaksinya menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari, sekaligus menjadi sebuah peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM (Hajawiyah *et al.*, 2022). Digitalisasi UMKM desa merupakan upaya transformasi dari kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis konvensional ke platform digital, dengan tujuan memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi

operasional. Peran digitalisasi UMKM menjadi penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Lewat kegiatan UMKM, produk kreatif atau khas daerah akan lebih dikenal apalagi jika dipasarkan melalui platform digital (Fitriani *et al.*, 2024). Salah satu *platform digital* yang sangat potensial untuk UMKM adalah Instagram. Instagram bukan hanya media sosial biasa, tetapi juga berfungsi sebagai etalase digital tempat UMKM bisa memamerkan produk, berinteraksi dengan pelanggan, dan membangun citra merek.

Instagram sangat cocok digunakan oleh UMKM karena tampilannya yang visual, memungkinkan pelaku usaha menampilkan foto atau video produk secara menarik dan profesional. Akun Instagram dapat difungsikan sebagai katalog online, yang bisa diakses oleh siapa saja dan kapan saja, tanpa batasan wilayah. Hal ini membuka peluang UMKM di desa untuk dikenal hingga ke kota atau bahkan luar daerah. Penggunaan fitur-fitur seperti *feed*, *story*, dan *reels* dapat meningkatkan daya tarik promosi serta membangun kedekatan emosional dengan pelanggan. Selain itu, dengan menggunakan hashtag yang tepat dan aktif berinteraksi di kolom komentar atau pesan langsung (DM), akun usaha dapat menjangkau lebih banyak orang secara organik tanpa biaya besar.

UMKM yang terdapat di Kelurahan Banjarsugihan kebanyakan memasarkan produknya dari mulut ke mulut. Sehingga hal tersebut mengakibatkan keuntungan hasil produk yang dijual atau dipasarkan terbatas dan tidak bisa dijangkau sampai luar daerah. Oleh karena itu, Kelompok 107 KKN SDGS Bela Negara UPN Veteran Jawa Timur memberikan sosialisasi tentang pentingnya digitalisasi bagi umkm. *Platform* yang digunakan pada

sosialisasi ini yaitu Instagram. Instagram merupakan salah satu platform penjualan online yang dapat memperluas penjualan UMKM sampai luar daerah. Dengan pemanfaatan Instagram, pelaku UMKM dapat menampilkan produk mereka secara lebih menarik melalui foto dan video, menggunakan fitur-fitur seperti story, reels, dan highlight untuk membangun *brand awareness* serta berinteraksi langsung dengan konsumen. Selain itu, Instagram juga memungkinkan pelaku UMKM untuk memanfaatkan strategi pemasaran digital seperti penggunaan tagar (*hashtag*), kolaborasi dengan *influencer*, serta promosi berbayar untuk meningkatkan jangkauan *audiens*. Harapannya, melalui pelatihan ini, pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsugihan mampu memaksimalkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.

Pelaku UMKM juga dapat menciptakan citra usaha yang lebih professional melalui instagram. Informasi seperti nama usaha, deskripsi produk, harga, testimoni, hingga kontak pemesanan bisa ditampilkan dalam satu platform. UMKM yang konsisten dalam mengunggah konten dan memberikan pelayanan yang baik dapat membangun kepercayaan pelanggan serta meningkatkan peluang penjualan. Oleh karena itu, pemanfaatan Instagram sebagai bagian dari digitalisasi UMKM bukan hanya pilihan, tetapi sudah menjadi kebutuhan penting untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin digital.

Kehadiran mahasiswa Kelompok 107 KKN SDGs Bela Negara UPN “Veteran” Jawa Timur di Kelurahan Banjarsugihan memberikan kontribusi penting dalam mendampingi pelaku UMKM yang belum terbiasa dengan pemasaran digital. Sosialisasi dan pendampingan langsung dimanfaatkan untuk membimbing

para pelaku UMKM dalam memahami dan mengimplementasikan strategi pemasaran melalui platform Instagram.. Mahasiswa memberikan pelatihan tentang cara membuat akun Instagram untuk penjualan online, menyusun konten visual yang menarik, serta memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti *story*, *reels*, dan *hashtag* untuk meningkatkan jangkauan audiens. Dengan pendekatan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Banjarsugihan mampu mengelola media sosial secara mandiri dan lebih efektif dalam mempromosikan produknya ke pasar yang lebih luas.

2.1. Pembuatan Akun Instagram

Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsugihan khususnya di RW 04 yaitu kesulitan dalam memasarkan produknya, karena pemasarannya hanya lewat mulut ke mulut. Kelompok 107 KKN SDGS Bela Negara UPN Veteran Jawa Timur memberikan solusi dengan memperkenalkan pembuatan akun Instagram kepada pelaku UMKM di RW 04 Kelurahan Banjarsugihan. Menurut Afrianti et al, (2024) pemilihan instagram sebagai media pemasaran dinilai berhasil dalam menyampaikan pesan dengan baik karena instagram berkomunikasi dengan bahasa visual yang memiliki daya ikat paling kuat dibandingkan dengan media sosial lainnya. Instagram menjadi salah satu platform jejaring sosial yang paling umum dimanfaatkan untuk kegiatan promosi produk. Awalnya Instagram digunakan hanya untuk membagikan foto atau video, namun kini platform tersebut juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi bisnis. Dengan aplikasi ini, diharapkan pelaku UMKM di RW 04 Kelurahan Banjarsugihan bisa mengambil foto atau video, menggunakan filter, dan membagikannya ke beberapa platform media sosial lainnya.

Pembuatan akun instagram ditujukan kepada para pelaku UMKM di RW 04 Kelurahan Banjarsugihan. Pembuatan akun ini dapat membantu para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya secara luas hingga luar daerah. Berikut merupakan cara pembuatan akun instagram:

1. Menginstal aplikasi Instagram di “playstore” atau “Appstore”
2. Membuka aplikasi Instagram yang telah diinstal kemudian diklik “buat akun baru”



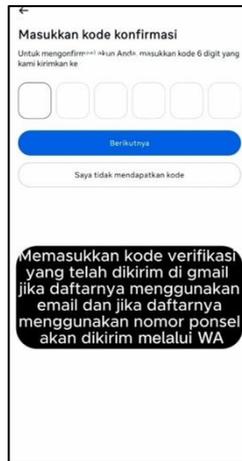
Gambar 2. Pembuatan akun baru

3. Memasukkan nomor telepon atau email



Gambar 3. Memasukkan email

4. Memasukkan kode verifikasi yang dikirim melalui WhatsApp atau email



Gambar 4. Memasukkan kode verifikasi

5. Membuat kata sandi



Gambar 5. Membuat kata sandi

6. Memasukkan tanggal lahir

←

Kapan tanggal lahir Anda?

Gunakan tanggal lahir Anda sendiri, meskipun akun ini untuk bisnis, hewan peliharaan, atau lainnya. Tidak ada yang akan melihat info ini kecuali Anda membagikannya. Mengapa saya harus memberikan tanggal lahir saya?

Tanggal lahir (3 tahun)
2 Juli 2025

Berikutnya

Saya sudah memiliki akun

Gambar 6. Memasukkan tanggal lahir

7. Memasukkan nama lengkap atau nama UMKM nya

←

Siapa nama Anda?

Nama lengkap
|

Berikutnya

Gambar 7. Memasukkan nama lengkap

8. Membuat nama pengguna (bisa disesuaikan dengan nama UMKM nya)



Gambar 8. Membuat nama pengguna

9. Menambahkan foto profil (bisa menggunakan logo atau foto produk dari UMKM nya)



Gambar 9. Menambahkan foto profil

10. Akun sudah berhasil terdaftar

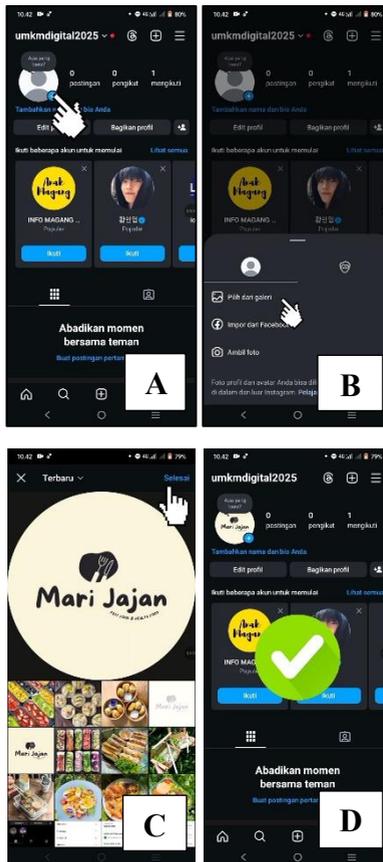


Gambar 10. Akun instagram sudah terdaftar

2.2. Pengenalan Fitur-Fitur Instagram

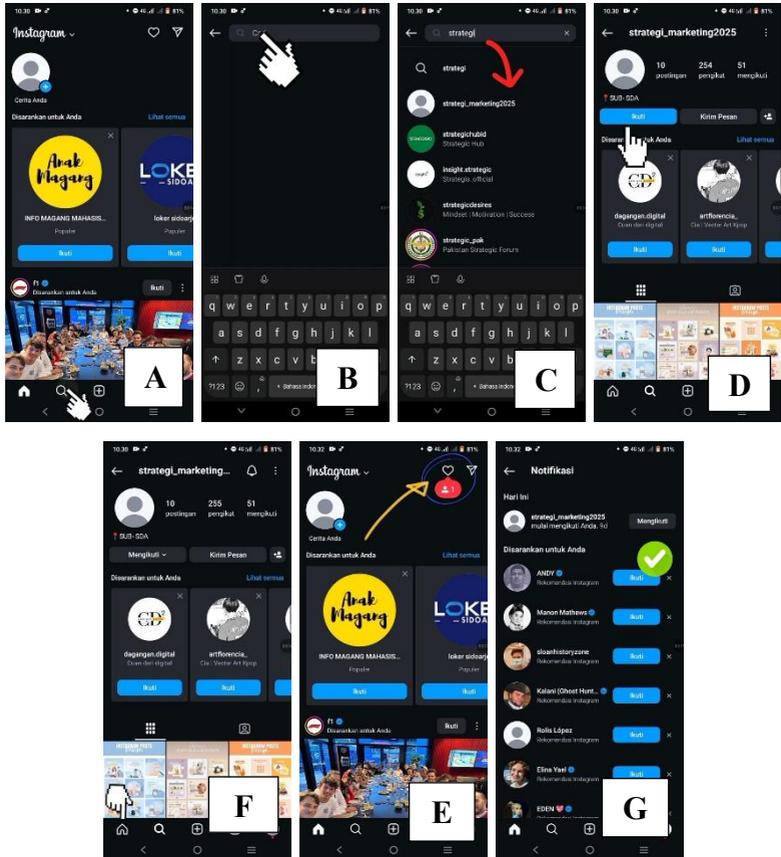
Pengenalan fitur-fitur Instagram ini penting agar dapat menggunakannya secara optimal dalam kegiatan pemasaran. Instagram memiliki banyak fitur yang mendukung promosi usaha, seperti *Feed*, *Story*, *Reels*, *IG Live*, dan *Instagram Shopping*. Masing-masing fitur memiliki fungsi berbeda yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konten dan strategi pemasaran. Oleh karena itu, kami tidak hanya sekedar membuat akun, tetapi kami juga melakukan pendampingan bagaimana cara menggunakan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi instagram dengan begitu para pelaku UMKM RW 04 Kelurahan Banjarsugihan akan paham bagaimana cara penggunaan media pemasaran yang dikelola. Berikut cara menggunakan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi instagram:

1. Menambahkan foto profil



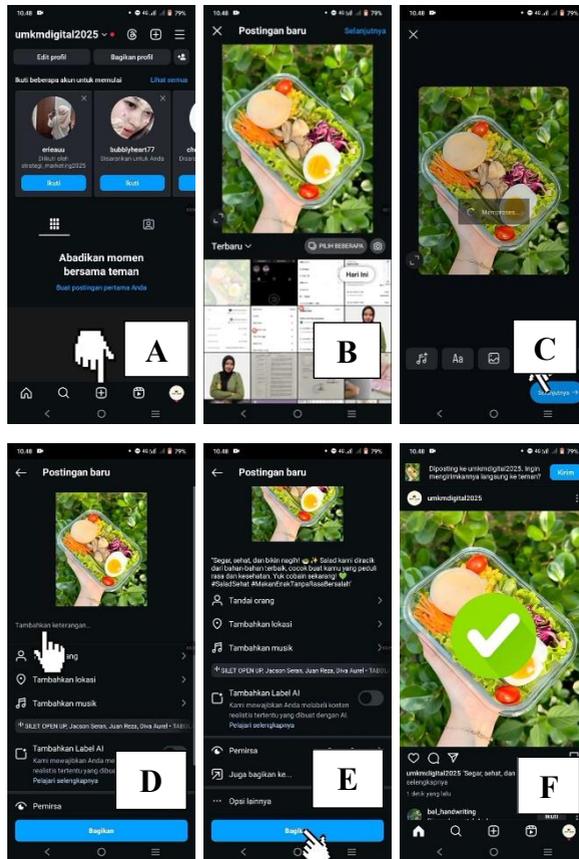
Gambar 11. Membuat foto profil : A) Meng-klik tanda (+) pada bagian foto profil, B) Meng-klik “pilih dari galeri”, C) Meng-klik “selesai” setelah memilih foto yang ditentukan, D) Foto profil sudah selesai dibuat

2. Fitur cara mefollow dan mefollow back



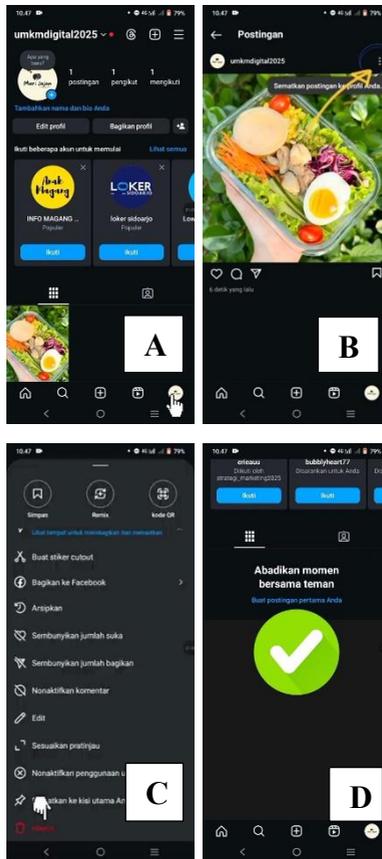
Gambar 12. Cara *follow* dan *follow back*: A) Meng-klik tombol pencarian, B) Meng-klik “cari” kemudian ketik akun yang ingin cari, C) Meng-klik akun yang sudah dicari, D) Meng-klik “ikuti”, E) Meng-klik tombol seperti rumah dibagian kiri bawah, F) Meng-klik tombol love yang ada dibagian kanan atas, G) Setelah berhasil follow akan muncul keterangan “mengikuti”

3. Membuat postingan dan caption



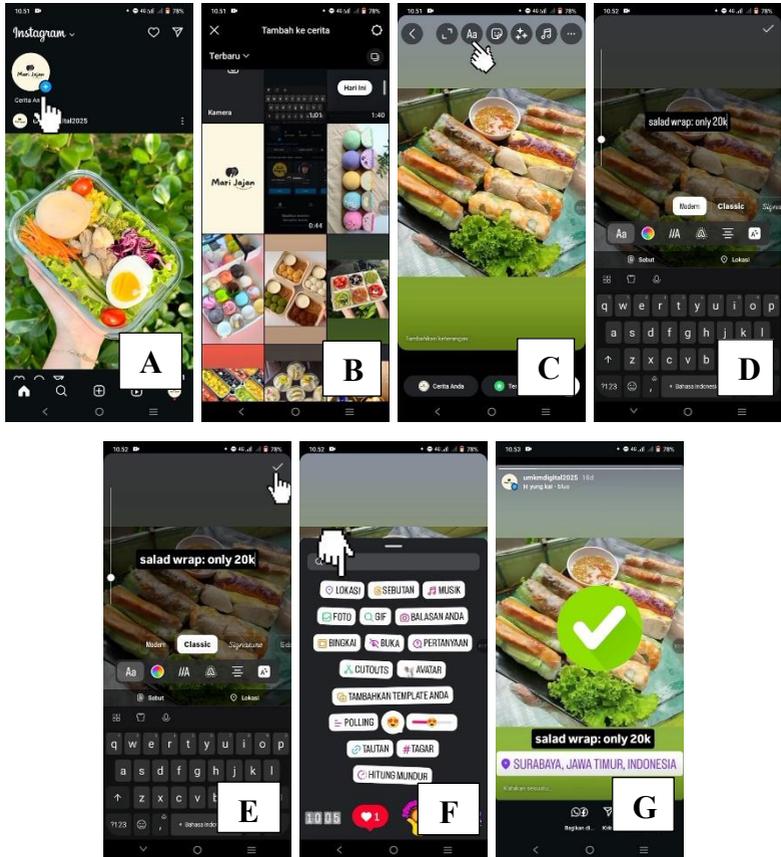
Gambar 13. Membuat postingan dan caption: A) Meng-klik tanda (+) bagian tengah bawah, B) Memilih foto yang akan diposting, C) Meng-klik tombol “selanjutnya” bagian kanan bawah, D) Menambahkan caption dibagian “tambahkan keterangan”, E) Meng-klik “bagikan”, F) Postingan telah di upload

4. Membuat instastori (cerita Instagram)



Gambar 14. Menghapus foto postingan: A) Meng-klik bagian kanan bawah kemudian klik postingannya, B) Meng-klik tanda titik 3 dibagian kanan atas, C) Meng-klik “hapus”, D) Postingan telah dihapus

5. Menambahkan tautan lokasi



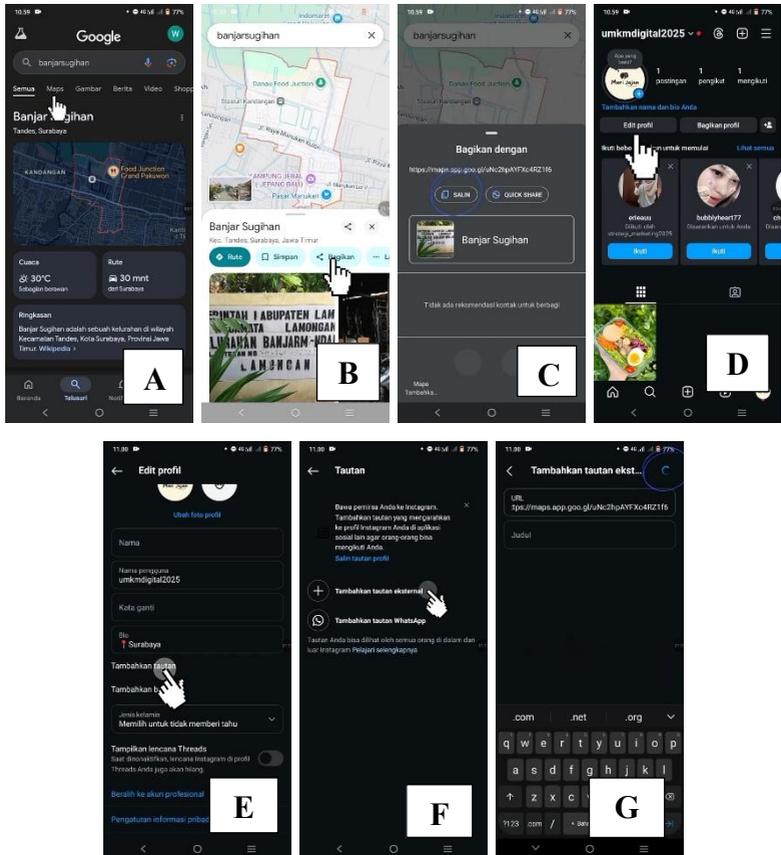
Gambar 15. Membuat *instastory*: A) Meng-klik tanda (+) yang ada dibagian kiri atas, B) Memilih foto atau video yang akan diposting, C) Meng-klik tanda (Aa) untuk membuat caption *story*, D) Menbuat caption, E) Meng-klik tanda centang dibagian kanan atas, F) Menambahkan lokasi dan music

dengan meng-klik tanda seperti stiker dibagian tengah atas, F)

Meng-klik “cerita anda” dan postingan telah diunggah

6. Mengedit bio (fitur ini bisa diisi dengan lokasi kita)

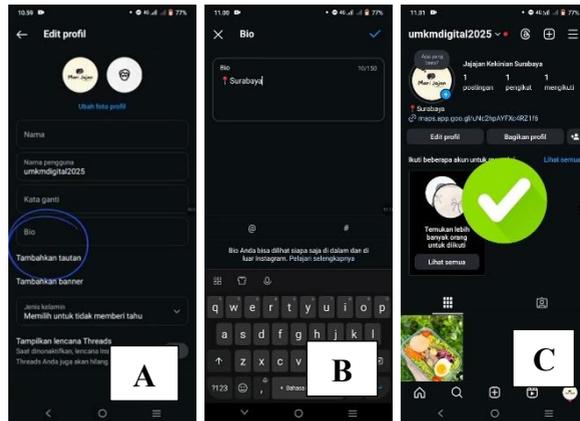
a. Edit tautan lokasi



Gambar 16. Edit tautan lokasi: A) Mencari lokasi UMKM digoogle maps, B) Meng-klik “bagikan”, C) Meng-klik “salin”, D) Kembali ke aplikasi instagram kemudian klik “edit profil”, E) Meng-klik “tambahkan tautan”, F) Meng-klik “tambahkan tautan

eksternal”, G) Menambahkan tautan yang telah disalin dibagian
“URL” kemudian klik centang pada kanan atas

b. Edit bio



Gambar 17. Edit bio: A) Meng-klik “bio” untuk menambahkan lokasi atau keterangan lain, B) Menambahkan keterangan yang diinginkan, C) Tautan lokasi dan bio sudah berhasil ditambahkan

2.3. Pelatihan Teknik Pengambilan Foto yang Menarik

Visual menjadi faktor kunci dalam dunia pemasaran digital karena dapat menarik perhatian calon pembeli. Produk yang difoto dengan pencahayaan baik, sudut yang pas, dan latar belakang yang mendukung akan lebih menarik untuk dilihat dibandingkan dengan foto yang buram, gelap, atau tidak rapi. Pelatihan teknik pengambilan foto yang menarik sangat penting untuk menunjang promosi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sebab hal tersebut berperan dalam meningkatkan daya tarik visual produk. Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dasar serta keterampilan praktis kepada pelaku UMKM RW 04 Kelurahan Banjarsugihan agar mampu menghasilkan foto produk yang layak

unggah (*instagramable*). Beberapa teknik dasar yang diajarkan dalam pelatihan ini antara lain: cara memanfaatkan cahaya alami (*natural lighting*) agar hasil foto tampak terang dan jelas, pemilihan latar belakang (*background*) yang sederhana namun bersih, pengaturan posisi produk (*angle*) agar tampak proporsional, serta pentingnya menjaga kerapian dan estetika dalam setiap pengambilan gambar.



Gambar 18. Pelatihan pengambilan foto produk

Pelaku UMKM RW 04 Kelurahan Banjarsugihan juga diberikan pemahaman tentang elemen visual yang mempengaruhi minat pembeli seperti komposisi warna, penggunaan properti sederhana sebagai pelengkap (misalnya kertas putih polos), serta pentingnya konsistensi gaya foto untuk membangun identitas visual brand. Tidak hanya teori, pelatihan ini juga dilengkapi dengan praktik langsung, di mana pelaku UMKM diminta untuk memotret produk mereka sendiri menggunakan tips yang telah dipelajari, kemudian hasilnya dievaluasi bersama. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsugihan dapat menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan profesional. Hal ini tentunya akan memberikan

dampak positif dalam meningkatkan daya tarik produk di media sosial dan memperluas jangkauan pemasaran secara digital.

4. PENUTUP

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Workshop Digital Marketing untuk UMKM yang dilaksanakan di RW 4 Kelurahan Banjar Sugihan, maka dapat disimpulkan:

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh UMKM lokal, khususnya dalam hal pemasaran produk secara digital. Permasalahan tersebut meliputi:

1. Masih rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha, serta minimnya kemampuan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi.
2. Banyak pelaku UMKM yang belum mengetahui cara menggunakan fitur-fitur Instagram secara efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar dan interaksi dengan konsumen.
3. Tim pelaksana memberikan solusi melalui rangkaian kegiatan, yaitu: Penyampaian materi tentang pentingnya digitalisasi dan alasan pemilihan Instagram sebagai platform utama, Praktik langsung pembuatan akun Instagram bisnis serta pengaturan profil usaha, Pengenalan fitur-fitur Instagram seperti *Feed*, *Story*, *Reel*, dan *Insight*, Pelatihan teknik pengambilan foto produk yang menarik.

Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat lebih melek digital, mandiri dalam mengelola akun Instagram bisnisnya, serta mampu mempromosikan produk dengan lebih kreatif dan efektif.

Dengan begitu, UMKM RW 4 Kelurahan Banjar Sugihan dapat lebih siap menghadapi era digital, meningkatkan daya saing, serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan.

Saran:

1. Perlu diadakan pendampingan lanjutan secara berkala untuk membantu pelaku UMKM mengembangkan konten promosi dan strategi pemasaran digital yang berkelanjutan.
2. Disarankan adanya kolaborasi dengan komunitas lokal atau instansi terkait agar pelaku UMKM bisa lebih terhubung dengan jejaring bisnis dan peluang pelatihan digital lainnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

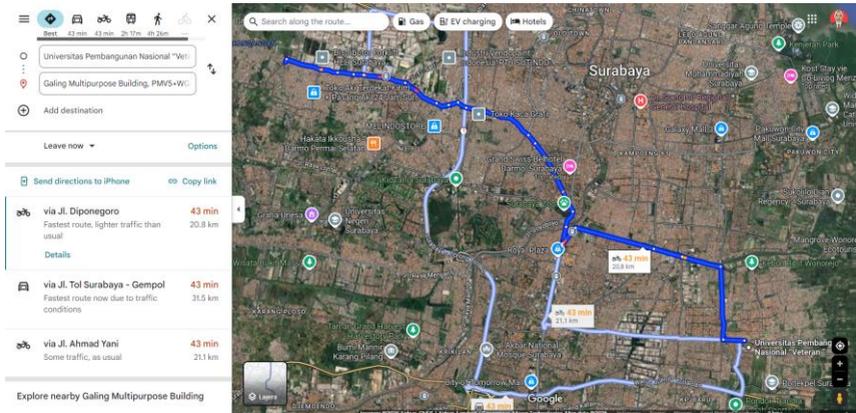
- Alfian, A., Khairana, C., Suryana, N., et al. (2023). Pengembangan strategi dan program bisnis UMKM berbasis digital dalam membuka peluang pasar: Momentum pandemi COVID-19. *Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 12(2), 263.
- Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2024). Digitalisasi Marketing Melalui Instagram dan Facebook Ads dalam Meningkatkan Skala Usaha UMKM: Systematic Literature Review. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1).
- Astuti, W., Mazia, L., Prasetyo, J. H., Sarasati, F., Dabi, J., Maharani, S., Leksmono, N. H., Samiaji, D. R., & Fathurahman, D. (2023). Optimalisasi digital marketing sebagai media informasi dan pemasaran produk bagi anggota komunitas UMKM Naik Kelas. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 1–11.
- Fitriani, I. D., Pratama, A., Quthb, A. N., Fadhlurrahman, F., Iwan, F. S. D., Hisyam, R. A. M., ... & Hunafa, Z. D. (2024). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran online di Desa Sindangpanon. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 4(2), 391-398.
- Hajawiyah, A., Hidayat, B., & Widyastuti, A. (2022). Peningkatan Digitalisasi UMKM Desa Sumber Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdimas*, 26(2), 154-159.
- Irianto, H., Viesta, A. D., Nugroho, A. T., et al. (2022). Digitalisasi UMKM sebagai upaya peningkatan pemasaran dan penjualan online di Desa Tengkluk. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 61–62.

- Javaria, K., Masood, O., & Garcia, F. (2020). Strategies to manage the risks faced by consumers in developing e-commerce. *Insights into Regional Development*, 2(4), 774–783. [https://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.4\(5\)](https://doi.org/10.9770/IRD.2020.2.4(5))
- Oktaviani, E., Wasono, A., Prakoso, I., Mahasiswa Magister Manajemen, Universitas Paramadina Jakarta, & Dosen Magister Manajemen, Universitas Paramadina Jakarta. (2023). Transformasi digital dan strategi. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 16, 16–26.
- Pasaribu, R., & Oktavia, A. (2021). Analisis media sosial sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM di Kota Medan. *Journal of Economics and Business*, 2(1), 50–60.
- Widya Astuti, A., Sayudin, S., & Muharam, A. (2023). Perkembangan bisnis di digital. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(9), 2787–2792.

6. LAMPIRAN

Lampiran 1

Lampiran 2



Gambar . peta jarak lokasi dari kampus UPNV Jawa Timur

Lampiran 3







Lampiran 4







Tren Pemasaran Digital

- Konten Video Pendek
- Live Streaming Jualan
- Iklan Digital
- Interaksi Online



Apa Pentingnya Sosial Media untuk UMKM?



Kenapa Instagram ?

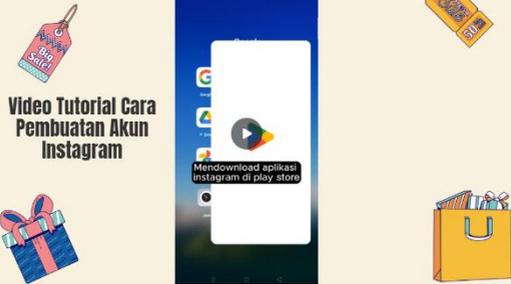


Praktik Membuat Akun Instagram

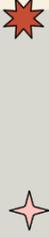
Video Tutorial Cara Pembuatan Akun Instagram



Mendownload aplikasi Instagram di play store



ICE BREAKING



Penjelasan Fitur-fitur Instagram



Video Penjelasan Fitur-fitur Instagram



