



UPAYA PENDAMPINGAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM UNTIR-UNTIR NISA DI KARANG SARI

**Ahmad Hasan Hasibuan¹, Jihan Al Amin², Yolanda Okta Ramadhani³, Erni Sahpitri⁴,
Claudia Qori Khuzaima⁵, Ananda Azzurah⁶, Muhammad Farhan Abdus Sattar⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar

e-mail correspondence: hasanahmadhasibuan@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 18-11-2025

Disetujui : 30-11-2025

Kata Kunci :

Media Sosial; Instagram;
Penjualan; UMKM.

ABSTRAK

Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk menganalisis efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jangkauan pasar dan daya tarik konsumen, selain itu pendampingan ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan proses pendampingan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial Instagram. Metode pendampingan ini menggunakan edukasi. Melalui kegiatan sosialisasi, pembuatan akun Instagram @Untiruntir_Nisa, penyusunan konten foto dan video, serta pelatihan komunikasi dengan pelanggan, pemilik usaha mulai mampu mengelola pemasaran digital secara lebih efektif. Hasilnya terlihat dari meningkatnya interaksi pengguna seperti like, komentar, dan pesan pemesanan, yang menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan promosi.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 18-11-2025

Accepted : 30-11-2025

Keywords:

Social Media; Instagram; Sales;
UMKM.

ABSTRACT

The purpose of this mentoring is to analyze the effectiveness of using Instagram as a promotional medium in increasing market reach and consumer appeal. In addition, this mentoring also aims to describe the marketing mentoring process carried out through Instagram social media. This mentoring method uses education. Through socialization activities, the creation of the Instagram account @Untiruntir_Nisa, the preparation of photo and video content, and communication training with customers, business owners are starting to be able to manage digital marketing more effectively. The results are seen from the increase in user interactions such as likes, comments, and order messages, which shows that social media is able to expand the reach of promotions.

PENDAHULUAN

Dalam pasar yang kompetitif saat ini sehingga para pemasaran media sosial sebagai salah satu alat pemasaran. Banyak penelitian atau riset yang meneliti tentang pemasaran melalui media sosial (social media marketing). penggunaan media sosial berkembang dengan pesat di seluruh dunia. Bagi individu, motivasi menggunakan media sosial adalah mencari



informasi, Bagi organisasi atau perusahaan media sosial banyak di gunakan sebagai media untuk melakukan pemasaran. Perkembangan teknologi digital telah membawa perusahaan yang signifikan dalam cara pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) memasokkan produk mereka. Media sosial menjadi platform yang strategis karena mampu menjangkau pasar yang luas dengan biaya relatif rendah. berbagai platform khususnya instagram yang memudahkan pelaku umkm untuk memperkenalkan produk, berinteraksi dengan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan. Seiring pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan media sosial, terutama Instagram, terdapat peluang besar bagi UMKM untuk memperluas strategi pemasaran secara digital. Instagram sebagai platform visual sangat efektif untuk menampilkan daya tarik produk makanan melalui foto dan video. Namun pada kenyataannya, masih banyak UMKM yang belum memaksimalkan penggunaan Instagram sebagai media promosi, publikasi, dan penjualan online. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan agar pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan perubahan pola pemasaran dari offline menuju online. Situasi tersebut juga dialami oleh beberapa UMKM lokal, termasuk UMKM “Utir-Untir Nisa”. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan dalam pemasaran melalui Instagram agar UMKM “Untir-Untir Nisa” dapat menerapkan strategi promosi yang lebih modern dan tepat sasaran. Pendampingan tersebut mencakup pelatihan pembuatan konten, pengelolaan tampilan akun Instagram bisnis, pemanfaatan fitur seperti story, reels, dan highlight, serta teknik komunikasi online yang efektif dengan pelanggan. Melalui pendampingan ini, diharapkan UMKM “Untir-untir Nisa” dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya tarik produk, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan melalui optimalisasi media sosial Instagram. Tujuan dari pendampingan ini adalah untuk menganalisis efektivitas penggunaan instagram sebagai media promosi dalam meningkatkan jangkauan pasar dan daya tarik konsumen, selain itu pendampingan ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan proses pendampingan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial Instagram.

METODE

Metode pendampingan ini menggunakan edukasi, mendemonstrasi dalam pemasaran produk, yaitu;

1. Pada tahap pertama, tim akan melakukan wawancara dengan pihak usaha “Untir-untir Nisa” untuk memahami kondisi dan masalah yang di hadapi dalam penjualan untir-untir
2. Pada tahap kedua, Melakukan observasi terhadap usaha “Untir-untir Nisa”.
3. Selanjut nya tahap ketiga, Tim melakukan pemasaran digital khususnya pemanfaatan media sosial (Instagram) dan membuat konten yang menarik .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal kegiatan kami dilaksanakan pada tanggal 18 November 2025. Kami datang untuk menemui Ibu Nisa sebagai pemilik usaha “Untir-untir Nisa” dan kami disambut dengan baik. Disana Kami mengutarakan maksud dan tujuan kami datang ke tempat usaha “Untir-untir Nisa” ,dari hasil wawancara awal pemilik “Untir- untir Nisa” menceritakan beberapa kendala yang dihadapi, seperti ketatnya persaingan terhadap pesaing disekitar daerah di Karang Sari. Tahap kedua, tim memberikan sosialisasi seperti pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi online melalui e-commerce, khususnya menggunakan Instagram untuk meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Foto bersama Tim Pengabdi beserta pengelola UMKM Untir-Untir Nisa

Selanjutnya, kami membantu membuat akun Instagram dengan profil yang jelas dan postingan yang menarik menggunakan nama akun @Untiruntir_Nisa. Setelah itu, kami menjelaskan kepada pemilik agar akun tersebut dapat dikelola dengan baik sehingga konsumen lebih mudah mengenal produk. Kegiatan pendampingan pemasaran melalui media sosial Instagram pada umkm “Untir-untir Nisa” dilakukan dengan tujuan membantu pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan melalui strategi promosi digital. Pada awal pendampingan ditemukan bahwa umkm ini masih mengandalkan pemasaran tradisional, yaitu menunggu pembeli datang langsung dan menerima pesanan dari warga sekitar. Kondisi tersebut menyebabkan produk hanya dikenal di lingkungan terdekat dan belum dapat menjangkau konsumen yang lebih luas sebagai langkah awal, tim pendamping melakukan pengenalan mengenai pentingnya pemasaran digital dan potensi Instagram sebagai media promosi berbasis visual.



Gambar 2. Proses Pendampingan Pengolahan Untir-Untir Nisa

Selanjutnya dilakukan pembuatan konten yang menarik, seperti foto produk, video proses pembuatan, serta penggunaan story, reels dan highlights. Pada tahap ini pemilik umkm diajarkan cara mengambil foto yang bersih, pencahayaan yang tepat serta penulisan caption yang informatif. Tim pendamping juga memberikan contoh design sederhana untuk unggahan harian agar tampilan akun terlihat konsisten dan menarik. Selain itu pemilik umkm diberikan penjelasan mengenai strategi komunikasi dengan pelanggan melalui pesan langsung (DM), termasuk cara membalas pertanyaan dengan cepat, penggunaan bahasa yang ramah, serta menyampaikan informasi harga dan pemesanan secara jelas.



Gambar 3. Proses Pembuatan Konten Instagram UMKM Untir-Untir Nisa

Dengan adanya akun Instagram tersebut, umkm “Untir-untir Nisa” mulai mendapatkan peningkatan interaksi dari pengguna, seperti like, komentar, dan pesan masuk terkait pemesanan. Secara keseluruhan, pendampingan ini memberikan dampak positif terhadap kemampuan umkm dalam melakukan pemasaran digital. Pemilik usaha menjadi lebih memahami cara mengelola akun Instagram, membuat konten yang menarik, serta berkomunikasi dengan pelanggan secara daring. Melalui pemanfaatan Instagram jangkauan promosi mulai meluas dan peluang peningkatan penjualan semakin terbuka.

KESIMPULAN

Pendampingan pemasaran digital pada UMKM “Untir-untir Nisa” memberikan dampak yang baik, karena sebelumnya usaha ini hanya bergantung pada cara promosi tradisional yang membuat jangkauan konsumennya terbatas. Melalui kegiatan sosialisasi, pembuatan akun Instagram @Untiruntir_Nisa, penyusunan konten foto dan video, serta pelatihan komunikasi dengan pelanggan, pemilik usaha mulai mampu mengelola pemasaran digital secara lebih efektif. Hasilnya terlihat dari meningkatnya interaksi pengguna seperti



like, komentar, dan pesan pemesanan, yang menunjukkan bahwa media sosial mampu memperluas jangkauan promosi. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan kemampuan pemilik UMKM dalam mempromosikan produk secara digital dan membuka peluang peningkatan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian yang terdiri dari dosen bersama mahasiswa mengucapkan terima kasih kepada pimpinan, staff dan karyawan UMKM “Untir-Untir Nisa” yang telah berkontribusi terhadap terlaksananya kegiatan ini dengan baik.

REFERENSI

- Kusdiana, Y., Safrizal, S., Rizki, M., & Afriadi, R. (2022). Pendampingan Pelatihan Penerapan E-Commerce dalam Usaha Peningkatan Penjualan Pada Lina Risoles. *JOONG-KI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 126–130.
- Purba, E. B., Sitepu, S. E. B., Purba, J. M., Saragih, A. F., Munthe, R. N., Saragih, L., & Panjaitan, P. D. (2023). Pendampingan Terhadap Pelaku UMKM (Baren Coffe) Khas Simalungun Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(1), 134–139.
- Yustia, H., & Alfarisi, U. (2021, October). Pendampingan dan pengembangan inovasi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Toko Kuenak di Ciputat Timur. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*