

Optimalisasi Digital Marketing Facebook Dan Instagram Bagi Pelaku UMKM Di Daerah Istimewa Yogyakarta

Optimizing Facebook And Instagram Digital Marketing For Msmes In The Special Region Of Yogyakarta

Dyonesius Fani lanarus

Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

Azfa Mutiara Pabulo

Universitas Mercu Buana, Yogyakarta

Korespondensi Penulis: donisiuslanar@gmail.com

Article History:

Received: 03 November 2023

Accepted: 08 Desember 2023

Published: 31 Desember 2023

Keywords: Digital Marketing, MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises), Facebook, Instagram.

***Abstrak:** This research highlights the importance of online presence in enhancing customer accessibility for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Facebook and Instagram were chosen as primary platforms due to their extensive and diverse user bases. Through a proper digital promotion approach, MSME practitioners can harness the features and tools provided by both platforms. Effectively targeting audiences, presenting visually appealing content, and actively engaging with customers are integral parts of this digital promotion optimization. Furthermore, the research explores various key metrics that can be used to measure the success of digital campaigns, including engagement rates, reach, and conversions. By understanding the full potential and benefits of digital promotion through Facebook and Instagram, it is hoped that MSMEs can enhance the efficiency and effectiveness of their campaigns, achieving greater success in the competitive digital promotion landscape. This research provides practical insights for MSME practitioners seeking to optimize their presence and performance in the realm of digital promotion.*

Abstrak

Penelitian ini menyoroti pentingnya keberadaan online dalam meningkatkan aksesibilitas pelanggan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Facebook dan Instagram dipilih sebagai platform utama karena memiliki basis pengguna yang luas dan beragam. Melalui pendekatan promosi digital yang tepat, praktisi UMKM dapat memanfaatkan fitur dan alat yang disediakan oleh kedua platform tersebut. Menargetkan audiens secara efektif, menyajikan konten visual yang menarik, dan berinteraksi aktif dengan pelanggan adalah bagian integral dari optimasi promosi digital ini. Selain itu, penelitian ini mengeksplorasi berbagai metrik kunci yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan kampanye digital, termasuk tingkat keterlibatan, jangkauan, dan konversi. Dengan memahami potensi dan manfaat penuh dari promosi digital melalui Facebook dan Instagram, diharapkan bahwa UMKM dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye mereka, mencapai kesuksesan yang lebih besar di promosi digital yang kompetitif. Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi praktisi UMKM yang ingin mengoptimalkan keberadaan dan kinerja mereka di bidang promosi digital.

Kata Kunci: Digital Marketing, UMKM, Facebook, Instagram.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meluaskan jangkauan pasar mereka. Dalam era digital

ini, pemanfaatan platform media sosial, seperti Facebook dan Instagram, menjadi sangat penting bagi UMKM dalam mengembangkan dan memperluas promosi produk atau jasa mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengoptimalkan strategi promosi digital melalui kedua platform tersebut.

Dalam konteks era digital, kehadiran online sangat krusial bagi UMKM dalam meningkatkan aksesibilitas pelanggan. Optimalisasi strategi digital marketing pada Facebook dan Instagram dapat menjadi langkah efektif untuk meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan akhirnya, penjualan. Dalam pendahuluan ini, kita akan menjelajahi konsep dan manfaat dari optimalisasi digital marketing untuk UMKM melalui Facebook dan Instagram.

Pertama-tama, kita akan membahas pentingnya keberadaan online bagi UMKM untuk meningkatkan aksesibilitas pelanggan. Selanjutnya, akan diuraikan potensi besar dari platform Facebook dan Instagram sebagai alat promosi yang dapat menjangkau berbagai segmen pasar secara efektif. Poin selanjutnya akan mencakup strategi umum yang dapat diterapkan, seperti penargetan audiens yang tepat, penggunaan konten visual menarik, dan interaksi aktif dengan pelanggan.

Selain itu, kita juga akan membahas berbagai alat dan fitur yang disediakan oleh kedua platform ini untuk membantu UMKM mengukur kinerja kampanye digital mereka. Dengan memahami metrik kunci seperti tingkat keterlibatan, jangkauan, dan konversi, pelaku UMKM dapat menyesuaikan strategi mereka agar lebih efektif.

Namun, tidak semua pelaku UMKM mengoptimalkan penggunaan Facebook dan Instagram sebagai media promosi digital, karena kurangnya pemahaman tentang potensi kedua platform tersebut. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah mendampingi pelaku UMKM dalam optimalisasi penggunaan Facebook dan Instagram sebagai media promosi online, serta memberikan landasan bagi mereka yang ingin memahami potensi dan manfaat penuh dari promosi digital melalui kedua platform tersebut. Dengan memanfaatkan secara optimal platform ini, diharapkan UMKM dapat meraih keberhasilan yang lebih besar dalam memasarkan produk atau jasa mereka secara online.

METODOLOGI

Identifikasi kebutuhan, ini dilakukan untuk mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan UMKM di tengah banyaknya saingan serta bagaimana kondisi pasar sekarang di warung Gudeg Mak karti dan Burjo Bujang untuk menentukan apa yang menjadi fokus pengaduan atau pelatihan terhadap UMKM yang bersangkutan seperti Optimalisasi penggunaan facebook dan instagram.

Pelaksanaan pendampingan melakukan konsep dasar dan memberi tahu bagaimana cara membuat promosi dan konten menarik lewat sosial media facebook dan instagram untuk menarik minat pelanggan. Monitoring dan Bimbingan: memberikan bimbingan serta monitoring selama pendampingan ataupun pelatihan untuk memastikan pemahaman yang maksimal dan membantu jika terjadi hambatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh mahasiswa Universitas Mercubuana Yogyakarta, yang bertempat di Gudeg Mak Karti Jogja Jl. Wisata Jl. Babarsari No.10, Tambak bayan, Sleman dan Burjo Bujang Mrican Daerah Istimewah Yogyakarta.

Awal kegiatan dilakukan dengan melakukan kunjungan dengan tujuan untuk melakukan observasi pada UMKM. Dalam tahap ini penulis menggali informasi tentang apa yang ingin dibuat serta yang dibutuhkan oleh pemilik UMKM di tengah perkembangan digital yang sangat pesat dengan cara berdiskusi langsung dengan pemilik UMKM. Serta sejarah berdirinya UMKM, bagaimana proses pengelolaan makanan sehingga bisa memiliki ciri khas tersendiri dari warung lainnya, yang nantinya ciri khas ini bisa berguna untuk promosi digital. Selanjutnya pengabdian memberikan formulir berupa kartu kendali, CIF, dan preminary untuk diisi oleh pemilik UMKM untuk dijadikan sebagai informasi oleh tim pengabdian. Selain itu memberikan penjelasan maksud dan tujuan dari pengabdian ini serta memberi pemahaman mengenai promosi digital lewat facebook dan instagram serta tujuan dan manfaat dari promosi digital lewat facebook dan isntagram

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pendampingan, pada tahap ini pengabdian mendampingi pemilik UMKM dalam proses pembuatan facebook dan isntgram khusus untuk promosi serta mendampingi dalam proses pembuatan konten yang menarik baik itu berupa foto ataupun video yang dapat menarik minat pelanggan serta memberi tahu cara memberi hastag pada setiap postingan agar dapat digunakan untuk meningkatkan jangkauan dan aktivitas audiens pada akun, unggahan maupun produk.



KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai optimalisasi promosi digital bagi pelaku UMKM melalui platform Facebook dan Instagram. Hasil penelitian dapat menjadi pedoman bagi UMKM untuk meningkatkan keberhasilan kampanye mereka dan mendapatkan manfaat maksimal dari potensi promosi online.

DAFTAR REFERENSI

- Juliantooro Fianda, dkk.(2020). *Bangkit Jadi UMKM Unggul*.Unitomo Press, Jawa Timur
- Widjaja subali, S.B., dkk. (2023).*Modul Pendampingan UMKM Terstruktur Menyiapkan UMKM Naik kelas*.Direktorat Penerbit & Publikasi Ilmiah Universit
- Ahmad Pabulo, A. M., & Sutardi. (2021) *Teman UMKM sukses merintis usaha di masa Pandemi*. CV.Danadyaksa, DIY