



**PENDAMPINGAN PEMBUATAN AKUN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA
PEMASARAN PRODUK UMKM DANDANG LINGGAU DI KELURAHAN
MESAT JAYA**

**Riswandha Imawan Lingga*, Anggia Syafitri, Rian Oktaviane, Fitri Yanti, Yayuk
Marlliza, Krista Monita**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Musi Rawas

***Corresponding Author:** riswandhaimawanlingga@gmail.com

ABSTRAK

Pendampingan pembuatan akun Instagram bagi pelaku UMKM Dandang Linggau Kelurahan Mesat Jaya adalah untuk membantu mereka memanfaatkan media sosial sebagai *platform* pemasaran yang efektif, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilik UMKM Dandang Linggau Kelurahan Mesat Jaya tentang manfaat media sosial sebagai alat pemasaran dan memberikan keterampilan teknis dalam membuat dan mengelola akun Instagram. Metode dalam kegiatan ini adalah observasi, wawancara dan praktik langsung. Pelaksanaan kegiatan pendampingan pembuatan akun Instagram bagi pelaku UMKM Dandang Linggau Kelurahan Mesat Jaya dapat membuat dan mengoptimalkan profil bisnis yang menarik dan terbukti efektif membantu UMKM meningkatkan pemasaran produk mereka. Kegiatan pendampingan ini dapat diikuti dengan baik oleh pelaku UMKM Dandang Linggau Kelurahan Mesat Jaya.

Kata Kunci: Instagram Bisnis, UMKM, Mesat Jaya.

ABSTRACT

The Instagram Business Account Development Assistance Program for UMKM entrepreneurs in Dandang Linggau, Mesat Jaya Village, is designed to empower them to leverage social media as a potent marketing platform. The program's objectives are to raise awareness among UMKM owners about the benefits of social media marketing and to equip them with the technical skills necessary to create and manage effective Instagram business accounts. Through a combination of observation, surveys, and hands-on training, participants can develop the expertise needed to create and optimize compelling business profiles, which has been proven to enhance their product marketing efforts. This program has been successfully implemented and well-received by UMKM entrepreneurs in Dandang Linggau, Mesat Jaya Village.

Keywords: Business Instagram, UMKM, Mesat Jaya.

PENDAHULUAN

Usaha yang berperan besar dalam perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dapat membantu memperluas kesempatan kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran (Fakhrurrozi & Saputeri, 2021). Para pelaku UMKM harus menjaga produktivitasnya agar bisnis tetap berkembang, diperlukan kegiatan pemasaran untuk menjaga agar produknya tetap dikenal. Pemasaran digital menjadi strategi pemasaran yang paling efektif dikarenakan pengguna internet yang jumlahnya terus meningkat.





Kehadiran media sosial yang tidak berbayar dan sangat bervariasi membuat penggunaan media sosial menjadi kegiatan yang tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari, karena keunggulan media sosial tersebut pengguna media sosial terus mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah pengguna media sosial Indonesia setiap tahunnya, memberikan efek pada peredaran dan pertukaran informasi yang menjadi semakin cepat dan mudah. Hal ini dikarenakan tidak adanya batasan waktu, lokasi maupun jarak dalam berkomunikasi bagi penggunanya.

Pelaku UMKM bisa mulai berubah dalam membangkitkan usahanya dan dengan memanfaatkan teknologi informasi (IT) di dalam bisnisnya. Media sosial sebagai instrument pemasaran sebuah produk yang sangat berpotensi digunakan oleh pelaku UMKM. Upaya mengintegrasikan UMKM dengan ekosistem digital memerlukan ketrampilan khusus yang harus dikuasai oleh para pelaku UMKM. Strategi pemasaran dengan menggunakan teknologi tepat guna seperti media sosial dapat menjadi kekuatan utama mendorong penjualan produk-produk UMKM (Khairani, Soviyant, & Aznuriyandi, 2018).

Kelurahan Mesat Jaya merupakan salah satu kelurahan yang berada di Kota Lubuklinggau. Secara administrasi Kel. Mesat Jaya dibagi menjadi 8 RT, dengan jumlah jiwa sebanyak 4.501 jiwa dengan jumlah keluarga 1.804 kepala keluarga. Masyarakat di wilayah Kelurahan Mesat Jaya mempunyai mata pencarian sebagai pekerja lepas, petani, karyawan, dan wiraswasta. Terdapat beberapa UMKM yang telah menjalankan usahanya di Kelurahan Mesat Jaya, produk yang dihasilkan beragam mulai dari makanan, bahan dasar minuman, alat rumah tangga hingga kerajinan.

UMKM Dandang Linggau adalah salah satu UMKM yang berada di Kelurahan Mesat Jaya, dimana pemilik UMKM Dandang Linggau tidak memiliki latar belakang sebagai pebisnis sehingga tidak memiliki pengalaman mengenai sistem pemasaran produk yang baik. Pelaku UMKM Dandang Linggau hanya memasarkan produk mereka dengan sistem konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut, pesanan maupun berdagang keliling membawa produk mereka, padahal sebagian masyarakat disana banyak menggunakan telepon genggam. Sistem ini membatasi jangkauan pemasaran, sehingga produk mereka hanya diketahui bahkan dikenal oleh kelompok tertentu saja. Hal ini yang melatarbelakangi





pentingnya pelaku UMKM Dandang Linggau di Kelurahan Mesat Jaya harus melakukan pengembangan pemasaran digital melalui media sosial salah satunya Instagram. Namun, pelaku UMKM Dandang Linggau di Kelurahan Mesat Jaya masih memiliki kekurangan pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaannya sehingga media sosial belum dimanfaatkan secara optimal.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Musi Rawas (FEB UNMURA) saat ini adalah pendampingan pembuatan akun Instagram. Pembuatan akun Instagram hingga memanfaatkan fitur-fitur yang ada didalamnya merupakan salah satu upaya peningkatan pemasaran UMKM Dandang Linggau. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dosen-dosen di FEB UNMURA ini bermaksud untuk membagikan wawasan akan pemanfaatan Instagram kepada pelaku UMKM sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan *platform* ini secara efektif sebagai media pemasaran. Harapannya bahwa melalui pendampingan pembuatan Instagram ini, dapat membuat produk para pelaku UMKM lebih dikenal luas dan tidak terbatas pada daerah tertentu.

METODE PELAKSANAAN

Kelurahan Mesat Jaya Kecamatan Lubuklinggau Timur II Kota Lubuklinggau Provinsi Sumatera Selatan adalah lokasi kegiatan pengabdian ini. Kegiatan dilaksanakan dari tanggal 12 Juli sampai 28 Agustus 2023. Lokasi kegiatan berada di rumah kediaman UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya. Hal pertama yang dilakukan kelompok dosen FEB UNMURA adalah berkoordinasi dengan pemerintah setempat, kemudian melakukan identifikasi pelaku UMKM yang akan dijadikan target pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Langkah-langkah yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini adalah:



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan Pendampingan

Alir Kegiatan

1. Observasi dan wawancara

Sebagai persiapan, langkah awal kegiatan pengabdian ini kami melakukan observasi. Selain itu kami juga melakukan wawancara dengan pelaku UMKM Kelurahan Mesat





Jaya untuk mengidentifikasi masalah pemasaran yang dihadapi selama ini. Dari hasil wawancara tersebut, cukup banyak pelaku UMKM yang belum memiliki akun Instagram.

2. Sosialisasi Digital Marketing

Pada kegiatan sosialisasi ini, Dosen FEB UNMURA diundang sebagai pemateri untuk menyampaikan materi penyuluhan Digital Marketing dengan memanfaatkan media social Instagram. Tujuan kegiatan ini untuk membagikan wawasan akan pemanfaatan Instagram kepada pelaku UMKM sehingga pelaku usaha dapat memanfaatkan *platform* ini secara efektif sebagai media pemasaran. Melalui sosialisasi ini juga, narasumber dan pelaku UMKM melakukan diskusi dan tanya jawab. Kami menawarkan pendampingan kepada pelaku UMKM untuk dibantu dalam proses pembuatan akun Instagram.

3. Pelaksanaan Pendampingan

Dosen FEB UNMURA mengadakan pendampingan dengan praktik langsung pembuatan akun Instagram dan pengoperasian Instagram. Dosen FEB UNMURA mengadakan pendampingan dengan praktik langsung pembuatan akun Instagram dan pengoperasian Instagram. Pada tahap ini tim pendamping juga melakukan evaluasi, dimana kemampuan pelaku UMKM Dandang Linggau dalam penggunaan Instagramnya akan dinilai oleh tim pendamping.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan pembuatan akun Instagram dilaksanakan oleh tim dosen FEB UNMURA. Kegiatan ini diawali dengan melakukan observasi dan wawancara guna mengidentifikasi masalah yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Mesat Jaya. Hasil observasi ditemukan bahwa pelaku UMKM di kelurahan Mesat Jaya masih kesulitan dalam memasarkan produknya dan belum memanfaatkan media sosial seperti Instagram dalam pemasaran produknya. Sedangkan yang sudah menggunakan Instagram tidak memisahkan akun pribadi dengan akun bisnisnya. Hal ini didasari karena kurangnya pengetahuan tentang cara pembuatan akun Instagram dan cara memanfaatkan fitur aplikasi untuk pemasaran.

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM di Kelurahan Mesat Jaya belum memahami pentingnya pemasaran digital, khususnya melalui



media sosial seperti Instagram. Temuan awal menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih memasarkan produknya secara konvensional, seperti dari mulut ke mulut atau berjualan keliling, serta belum memilah antara akun pribadi dan akun bisnis. Hal ini menunjukkan rendahnya literasi digital dan kemampuan teknis dalam menggunakan media sosial untuk keperluan promosi usaha (Fakhrurozi & Saputeri, 2021). Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Kelurahan Mesat Jaya, rangkaian kegiatan telah selesai dilaksanakan pada bulan Mei 2025 dengan lancar sesuai dengan program kerja yang telah disusun oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Musi Rawas.



Gambar 2 Pengenalan Instagram pada Pelaku UMKM

Melalui program pendampingan yang dilakukan oleh tim dosen FEB Universitas Musi Rawas, pelaku UMKM Dandang Linggau dibekali pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan praktik langsung pembuatan akun Instagram bisnis. Pelatihan yang diberikan meliputi langkah-langkah teknis membuat akun Instagram, penggunaan fitur seperti bio, highlight, feed, dan story, serta teknik pengambilan dan pengeditan foto produk agar lebih menarik (Gunawan & Mahdi, 2020; Kusuma & Sugandi, 2018).

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis pelaku UMKM, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya citra digital yang profesional dan menarik. Beberapa pelaku UMKM bahkan mulai rutin memposting produk mereka secara mandiri dan menyadari potensi jangkauan yang lebih luas dibandingkan dengan metode promosi konvensional (Ibrahim Daud, 2021).

Meski demikian, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan dokumentasi produk dan kondisi UMKM yang sempat tidak aktif selama periode





pendampingan. Tantangan ini perlu disikapi dengan strategi lanjutan, seperti pelatihan berkelanjutan dan pendampingan produksi konten agar konsistensi promosi tetap terjaga (Rambe & Aslami, 2022).

Secara umum, program pendampingan ini berhasil meningkatkan kapasitas promosi digital pelaku UMKM Dandang Linggau dan membuktikan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram merupakan strategi yang efektif dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk UMKM di era digital.

Hal yang dipaparkan oleh tim dosen FEB UNMURA adalah mulai dari daftar akun, cara memfoto dan mengedit foto produk hingga menguploadnya. Berikut cara mendaftar akun Instagram:

1. Download aplikasi Instagram di Play Store
2. Klik Daftar atau Sign Up
3. Masukkan alamat email
4. Lalu buat nama pengguna dan kata sandi
5. Tunggu email verifikasi dari Instagram
6. Masukkan kode verifikasi dari email
7. Klik Next atau Selanjutnya
8. Akun Instagram berhasil dibuat.

Setelah dilaksanakan kegiatan pendampingan pembuatan akun Instagram, pelaku UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya dapat memahami dan mempraktekan cara mempromosikan produk di Instagram. Berdasarkan wawancara akhir yang dilakukan pada saat penampingan program kerja, dapat dilihat perkembangan mitra sasaran. Adapun perkembangan yang dimaksud yaitu:

1. Mitra sasaran dapat memahami dan mempraktekan secara langsung cara mempromosikan produknya di sosial media Instagram.
2. Mitra sasaran dapat memahami cara membuat postingan promosi yang menarik dan kreatif.

Berikut contoh akun Instagram yang telah dibuat oleh pelaku UMKM Dandang Linggau di kelurahan Mesat Jaya.





Gambar 3. Akun Instagram UMKM Dandang Linggaulinggau

Setelah kegiatan pendampingan dilaksanakan maka tim dosen FEB UNMURA melakukan evaluasi, dengan cara terus memantau kinerja akun, jumlah pesanan dan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan efektivitas tsraegi pemasaran. Tujuan dari evaluasi ini untuk melihat kelebihan dan kekurangan dari kegiatan yang dilaksanakan serta mencari solusinya.

Keberhasilan pelaksanaan program pendampingan ini sangat bergantung pada dukungan dari pelaku UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya. Karena, akun ini akan dikelola secara langsung oleh pemilik usaha.

1. Partisipasi pemilik UMKM

Pada saat pembuatan akun Instagram, tim dosen melibatkan pemilik UMKM Dandang Linggau. Berdasarkan hasil wawancara, bahwa pemilik UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya sangat mengapresiasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan tim dosen FEB UNMURA karena dengan adanya kegiatan ini dapat membantu dan memudahkan pengusaha kecil untuk memasarkan produknya.

2. Faktor penghambat

Faktor penghambat dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah pelaku UMKM Dandang Linggau belum memiliki banyak dokumentasi produk Dandang Linggau yang akan mereka tawarkan di pasaran. Sedangkan selama jangka waktu pelaksanaan kegiatan, UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya sempat stop berproduksi.

KESIMPULAN





Tim dosen FEB UNMURA telah melaksanakan pendampingan pembuatan Instagram untuk pemasaran produk dapat diikuti dengan baik oleh pelaku UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya. Dari hasil pelaksanaan kegiatan pendampingan pembuatan akun Instagram bagi pelaku UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai strategi promosi dapat membantu mengoptimalkan profil bisnis yang menarik dan efektif membantu UMKM meningkatkan pemasaran produk UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya.

UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya dapat meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan melalui Instagram. Setelah pendampingan ini diharapkan pelaku UMKM Dandang Linggau dapat terus mempromosikan produknya secara konsisten dan aktif di Instagram agar masyarakat kenal dan mengingat produk Dandang Linggau produksi dari UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya.

SARAN

Terlaksananya kegiatan pengabdian ini ditunjukkan dengan dibuatnya akun Instagram UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya. Kedepannya diharapkan pelaku UMKM Dandang Linggau kelurahan Mesat Jaya lebih aktif dan konsisten dalam menggunakan akun Instagramnya sebagai media pemasaran. Sehingga lebih banyak masyarakat yang mengetahui jenis produk UMKM Dandang Linggau yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Fakhrurozi, M., & Saputeri, N. P. (2021). Pendampingan UMKM dengan Memanfaatkan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*, 2, 417–426.
- Fakhrurozi, M., & Saputeri, N. P. 2021. Pendampingan UMKM dengan Memanfaatkan Media Sosial untuk Meningkatkan Pemasaran Produk. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat*. (2): 417-426.
- Gunawan, R., & Mahdi, M. I. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Media Sosial Instagram Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Serokan Sampah. *Jurnal Pkm Pemberdayaan Masyarakat*, 1(3), 90-97.
- Gunawan, R., & Mahdi, M. I. (2020). Pendampingan dan Penerapan Media Sosial





Instagram untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Serokan Sampah. *Jurnal PKM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(3), 90–97.

Ibrahim Daud. (2021). *Manajemen Pemasaran dengan Pendekatan Digital Marketing*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.

Ibrahim Daud. 2021. *Manajemen Pemasaran Dengan Pendekatan Digital Marketing*. Yogyakarta. Indomedia Pustaka.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.

Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital yang Dilakukan oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223.
<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

