

Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Pemasaran Digital UMKM Ukiran Khas Bali Melalui Aplikasi dan Platform Berbasis Teknologi Informasi

I Komang Arya Ganda Wiguna^{1*}, I Putu Mahesa Kama Artha², I Kadek Ade Aripurnama³, I Gede Iwan Sudipa⁴, I Kadek Jaya Darmika⁵

^{1*,2,3,4,5} Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia

*kmaryagw@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Submitted: 4 Mei 2025
Accepted: 6 Juni 2025
Published: 30 Juni 2025

Kata Kunci:
Media Sosial;
UMKM;
Instagram Insights;
Strategi Pemasaran;
Teknologi Informasi

ABSTRAK

UMKM memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal, termasuk sektor seni dan kerajinan tradisional. KS Ukiran Bali, yang berlokasi di Banjar Selat Kaja Kauh, Kabupaten Bangli, merupakan pelaku UMKM yang bergerak di bidang ukiran khas Bali. Meskipun telah lama berdiri, usaha ini menghadapi tantangan dalam pemasaran digital akibat keterbatasan pemahaman dalam memanfaatkan media sosial. Program pengabdian ini bertujuan untuk mendampingi KS Ukiran Bali dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dengan pendekatan teknologi informasi melalui pelatihan, demonstrasi, dan praktik langsung. Fokus kegiatan mencakup pelatihan pemanfaatan fitur Instagram Insights, strategi konten visual, serta penggunaan aplikasi manajemen media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola akun Instagram bisnis, mengembangkan konten visual, dan memahami analitik untuk mendukung strategi pemasaran. Program ini diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar KS Ukiran Bali dan menjadi model bagi UMKM serupa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan usaha.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM juga berfungsi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk di sektor kerajinan dan seni tradisional. Salah satu contoh UMKM yang mengusung seni tradisional adalah KS Ukiran Bali, sebuah usaha yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan ukiran khas Bali. tempat usaha KS Ukiran Bali yang berlokasi di Banjar Selat Kaja Kauh, Desa Selat, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Meskipun telah berdiri lebih dari dua dekade, KS Ukiran Bali menghadapi tantangan dalam mengembangkan pemasaran produk mereka, terutama dalam hal pemasaran digital. Salah satu hambatan terbesar yang dihadapi oleh KS Ukiran Bali adalah keterbatasan waktu dan kurangnya pemahaman dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi produk (Wiguna et al., 2021).

Dalam era digital saat ini, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka ke audiens yang lebih luas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Media sosial bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat



interaksi langsung dengan pelanggan, yang memungkinkan usaha seperti KS Ukiran Bali untuk membangun hubungan yang lebih personal dengan pelanggan, mendapatkan umpan balik, dan memperluas jangkauan pasar. Penggunaan teknologi informasi dan aplikasi berbasis digital menjadi kunci untuk memaksimalkan potensi media sosial dalam mendukung pemasaran dan pengembangan bisnis (Aristana et al., 2024; Wiguna et al., 2024).

Namun, meskipun potensi yang ada, KS Ukiran Bali belum memanfaatkan media sosial secara maksimal, sehingga visibilitas produk mereka terbatas. Beberapa faktor penyebabnya antara lain adalah keterbatasan waktu pemilik dalam mengelola akun media sosial dan kurangnya pemahaman teknis tentang cara kerja platform media sosial seperti Instagram, yang merupakan platform visual yang sangat cocok untuk mempromosikan seni dan kerajinan tangan. Oleh karena itu, pendampingan dalam penggunaan media sosial dan aplikasi berbasis teknologi informasi menjadi sangat penting bagi KS Ukiran Bali untuk meningkatkan strategi pemasaran digital mereka (Parwita et al., 2023)(Sudipa et al., 2023)(Wiguna et al., 2023).

Analisis Situasi menunjukkan bahwa meskipun KS Ukiran Bali telah memiliki basis pelanggan yang cukup luas, sebagian besar pelanggan masih berada dalam cakupan geografis yang terbatas, yaitu sekitar Kabupaten Bangli dan sekitarnya. Dengan adanya pandemi COVID-19 yang membatasi interaksi tatap muka, pemasaran digital menjadi lebih relevan dan penting untuk meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, pengoptimalan penggunaan media sosial dan platform berbasis teknologi informasi dapat menjadi solusi tepat untuk memperkenalkan produk KS Ukiran Bali ke pasar yang lebih luas, baik di dalam maupun luar Bali.

Permasalahan Mitra yang dihadapi oleh KS Ukiran Bali adalah keterbatasan dalam pemahaman penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital yang efektif. Pemilik dan pengelola usaha ini belum sepenuhnya memahami potensi media sosial sebagai saluran promosi yang dapat menjangkau audiens yang lebih besar dengan biaya yang relatif rendah. Untuk itu, pendampingan dalam penggunaan platform media sosial seperti Instagram, serta aplikasi berbasis teknologi informasi untuk manajemen konten dan analisis pasar, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas, memperluas jaringan bisnis, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk KS Ukiran Bali(Hanim et al., 2022).

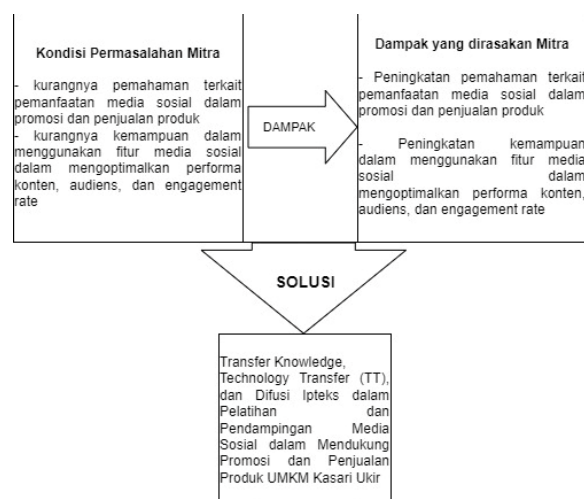
METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan melalui pendekatan transfer knowledge (Sutjiato et al., 2025), di mana kami akan memberikan solusi langsung terhadap permasalahan yang dihadapi oleh KS Ukiran Bali dalam meningkatkan kemampuan mereka dalam pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, untuk mendukung promosi dan pemasaran produk. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran digital dengan menekankan pemahaman dan penguasaan Instagram Insights sebagai fitur analitik utama. Pelatihan dan pendampingan ini akan fokus pada pengenalan dan pemanfaatan Instagram Insights untuk menganalisis performa konten, audiens, dan tingkat engagement. Selain itu, mitra juga akan diajarkan bagaimana cara memanfaatkan data yang diperoleh untuk mengoptimalkan strategi promosi dan pemasaran mereka.

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh KS Ukiran Bali dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital, kami menawarkan solusi berbasis teknologi informasi yang komprehensif, dengan fokus pada penggunaan Instagram Insights sebagai alat



utama dalam strategi pemasaran digital. Solusi ini mencakup tiga langkah utama: pelatihan pengelolaan media sosial, pengembangan konten visual yang menarik, dan pemanfaatan aplikasi pemasaran digital, termasuk Instagram Insights (Aditama et al., 2021). Pertama, pelatihan pengelolaan media sosial akan mengajarkan pemilik KS Ukiran Bali cara memanfaatkan Instagram secara maksimal, termasuk fitur-fitur seperti Stories, IGTV, dan Reels yang dapat meningkatkan interaksi dengan audiens. Selain itu, pemahaman tentang cara menggunakan Instagram Insights (Kettle, 2017; Pramudita, 2019) akan memungkinkan mereka untuk mendapatkan data analitik yang berguna untuk memahami audiens dan mengukur efektivitas setiap postingan. Kedua, pengembangan konten visual yang menarik, seperti foto dan video produk, akan diperkenalkan sebagai cara untuk menonjolkan keunikan ukiran Bali. Dengan memanfaatkan fitur analitik dari Instagram Insights, mereka dapat mengetahui jenis konten apa yang paling menarik perhatian audiens dan menyesuaikan strategi konten mereka berdasarkan data tersebut. Ketiga, penggunaan aplikasi pemasaran digital seperti Hootsuite atau Buffer untuk menjadwalkan posting dan memonitor kinerja konten, dikombinasikan dengan data dari Instagram Insights, akan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang tren audiens dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan pemanfaatan Instagram Insights, KS Ukiran Bali dapat meningkatkan kemampuan untuk beradaptasi dengan preferensi audiens, meningkatkan keterlibatan, serta memperluas pasar mereka secara efisien dan terukur.



Gambar 1. Permasalahan, Solusi dan Dampak Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Singkat Lokasi Pengabdian

KS Ukiran Bali merupakan usaha yang mengkhususkan diri dalam penjualan aksesoris ukiran Bali dan menyediakan jasa pembuatan ukiran tersebut. Berlokasi di Banjar Selat Kaja Kauh, Desa Selat, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, usaha ini beroperasi dari lokasi yang juga merupakan tempat tinggal pemiliknya. Didirikan sejak tahun 2000 oleh Bapak I Ketut

Sila dengan jumlah pengukir 5 orang, KS Ukiran Bali dikelola dengan penuh dedikasi oleh pemiliknya.

Alasan dalam memilih KS Ukiran Bali sebagai fokus kegiatan pengabdian adalah karena tempat ini mewakili keberagaman dan kekayaan seni ukiran tradisional Bali. KS Ukiran Bali tidak hanya terkenal dengan kualitas produk ukiran Bali yang bagus, tetapi juga menjadi contoh UMKM yang berpotensi besar untuk meningkatkan eksposur dan penjualan melalui pemanfaatan media sosial dan strategi pemasaran digital. Selain itu, lokasi yang strategis dan pengelolaan yang berbasis di rumah pribadi pemiliknya menunjukkan komitmen untuk mempertahankan nilai-nilai seni tradisional sambil beradaptasi dengan tuntutan zaman. Dengan demikian, pendampingan dan pelatihan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga untuk mendukung pertumbuhan KS Ukiran Bali serta memberikan inspirasi bagi UMKM serupa dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas pangsa pasar mereka. KS Ukiran Bali telah memiliki akun Instagram dengan username *ks_ukiranbali* yang sudah memiliki beberapa postingan, namun belum mengubahnya menjadi akun bisnis yang profesional. Untuk mendukung pertumbuhan usaha ini, tim mahasiswa akan memberikan pendampingan untuk mengoptimalkan akun Instagram yang sudah ada. Langkah ini diharapkan akan meningkatkan eksposur KS Ukiran Bali di media sosial, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial melalui platform yang lebih luas dan beragam.



Gambar 2. Contoh Produk KS Ukiran Bali Motif Slimbar dan Gayor

Hasil Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dilakukan secara langsung di tempat usaha KS Ukiran Bali yang berlokasi di Banjar Selat Kaja Kauh, Desa Selat, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, menggunakan dua metode, yaitu metode demonstrasi dan praktek langsung. Metode demonstrasi digunakan untuk menunjukkan pengelolaan akun bisnis Instagram, termasuk pembuatan konten dan penggunaan hashtag yang efektif untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut. Sementara itu, praktek langsung dilakukan dengan mengimplementasikan

strategi pemasaran digital baru secara real-time, seperti mereposting produk secara teratur di feed Instagram. Pendampingan dan pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keahlian pemilik KS Ukiran Bali dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang efektif, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk ukiran stil Bali mereka.

Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh tim PKM bersifat offline dengan kunjungan langsung ke tempat usaha KS Ukiran Bali di Banjar Selat Kaja Kauh, Desa Selat, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli. Selama pendampingan, tim memberikan penjelasan tentang pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memasarkan produk usaha. Kami juga mengilustrasikan bagaimana banyaknya usaha yang berhasil booming berkat konten-konten yang diposting di media sosial.

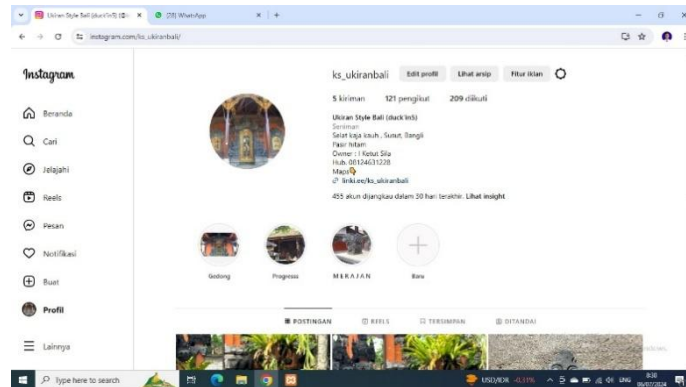
Pendampingan ini mencakup langkah-langkah praktis seperti cara mengubah akun Instagram menjadi akun bisnis, strategi posting dan pengelolaan konten di akun media sosial Instagram KS Ukiran Bali, serta cara membuat foto dan konten menarik untuk menarik minat pelanggan. Tim mahasiswa juga mengajarkan KS Ukiran Bali tentang pentingnya melihat interaksi dari konten yang diposting di Instagram untuk memahami respons dari pengikut dan pelanggan potensial.



Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Instagram Bisnis

Implementasi Kegiatan

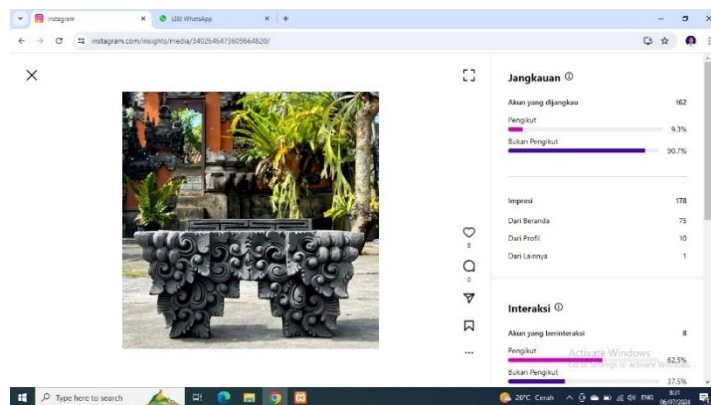
Implementasi kegiatan dilakukan dengan memberikan pendampingan untuk mengubah akun Instagram KS Ukiran Bali menjadi akun bisnis agar pemilik dapat melihat perkembangan dari insightnya dan memanfaatkan fitur analitik yang disediakan. Selain itu, mereka juga memberikan pelatihan tentang cara mendaftar dan mengelola akun TikTok untuk KS Ukiran Bali serta strategi pembuatan konten yang menarik untuk kedua platform sosial media tersebut.



Gambar 4. Akun Instagram KS Ukiran Bali

Hasil dari pelatihan dan pendampingan ini adalah pengelolaan akun media sosial Instagram dengan nama @ks_ukiranbali. Tim Mahasiswa juga merancang dan memberikan pelatihan dalam pembuatan konten yang akan diposting di akun Instagram tersebut, dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan dan memperluas jangkauan pasar potensial untuk produk ukiran KS Ukiran Bali. Selain itu, tim mahasiswa juga memposting ulang postingan di akun Instagram KS Ukiran Bali, serta melakukan pemotretan produk untuk disesuaikan dengan estetika yang menarik saat diposting di media sosial.

Pemasaran melalui media sosial dianggap sebagai strategi yang penting bagi UMKM seperti KS Ukiran Bali, karena dapat membantu dalam memperoleh pelanggan baru, memperluas pangsa pasar produk unggulan, dan meningkatkan omset secara efektif dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional.



Gambar 5. Insight Postingan Produk Simbar

KESIMPULAN

Berdasarkan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan terhadap KS Ukiran Bali, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran memiliki potensi besar untuk meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan bisnis UMKM dalam industri seni dan kerajinan. KS Ukiran Bali, meskipun telah memiliki keahlian dalam menghasilkan ukiran Bali berkualitas bagus, masih memerlukan dukungan dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial seperti Instagram. Pendampingan yang dilakukan oleh tim mahasiswa bertujuan untuk membantu KS Ukiran Bali dalam mengubah akun Instagram menjadi akun bisnis, mengelola konten yang menarik, serta memanfaatkan analitik untuk memahami respons pasar secara lebih baik. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, dan secara keseluruhan, meningkatkan penjualan produk ukiran mereka. Selain itu, adopsi media sosial juga memungkinkan KS Ukiran Bali untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan potensial, membangun hubungan yang lebih dekat dengan komunitas pecinta seni, serta memperkuat citra merek mereka secara online. Dengan demikian, strategi pemasaran digital ini tidak hanya berpotensi untuk mengatasi tantangan dalam pemasaran tradisional, tetapi juga untuk memperluas peluang pertumbuhan dan keberlanjutan KS Ukiran Bali di masa yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada DRPM Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia untuk dukungan dana hibah PKM Skema INSTIKI Community Service dan segala pihak yang mendukung dalam kesuksesan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, P. W., Indrawan, I. G. A., Wiguna, I. K. A. G., & Atmaja, K. J. (2021). Pelatihan Penggunaan Microsoft Office Dan Email Untuk Administrasi Surat Menyurat Di Dinas Perhubungan Provinsi Bali. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 37–42.
- Aristana, M. D. W., Kherismawati, N. P. E., Aristana, I. D. G., Murdhani, I. D. A. S., Sudiantara, I. G., & Prawira, P. Y. A. (2024). Pelatihan Media Sosial untuk Pengembangan Bisnis Usaha Keramik Pejaten. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.70103/komet.v1i1.9>
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39. <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Kettle, M. (2017). Insight: Instagram: how to make it work for you. *PS Post Script*, Nov 2017, 50–53.
- Parwita, W. G. S., Sandika, I. K. B., Wiguna, I. K. A. G., Ariantini, M. S., & Putra, D. M. D. U. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Microsoft Office Bagi Siswa SMP N 5 Sukawati. *Journal of Social Work and Empowerment*, 2(3), 131–136.
- Pramudita, A. S. (2019). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk

- Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(1–14).
- Sudipa, I. G. I., Widiartha, K. K., Wiguna, I. K. A. G., Wijaya, B. K., Gustiadi, G., & Fauzi, A. S. (2023). Pelatihan Sistem Informasi Pengelolaan Layanan dan Manajemen Pelanggan untuk Optimalisasi Layanan pada Era Digital. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3), 216–223.
- Sutjiato, M., Mongi, T., & Lontoh, E. (2025). Tranfer Knowledge Melalui Penyuluhan Tentang Langkah-Langkah Menyuci Tangan yang Benar Pada Siswa/I SD Gemim I Kembes II. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi*, 1(3), 117–124.
- Wiguna, I. K. A. G., Parwita, W. G. S., Winatha, K. R., Meinarni, N. P. S., Mutiarani, R. A., & Aristamy, I. G. A. A. M. (2021). Pemanfaatan Media Sosial untuk Memaksimalkan Pemasaran Usaha Rias dan Sewa Busana SM Studio Bali. *Journal of Social Work and Empowerment*, 1(1), 37–48.
- Wiguna, I. K. A. G., Sanusi, R., Sudipa, I. G. I., Semadi, K. N., Iswara, I. B. A. I., Udayana, I. P. A. E. D., & Aristana, M. D. W. (2023). Pengabdian Berbasis Teknologi dalam Menunjang Pengalaman dan Interaksi Pengunjung Terhadap Destinasi Wisata Melalui Aplikasi AR Gamification. *Faedah: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(3).
- Wiguna, I. K. A. G., Semadi, K. N., Asana, I. M. D. P., Putra, P. S. U., & Radhitya, M. L. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Media Sosial dalam Mendukung Promosi dan Penjualan Produk UMKM Ukiran Kayu. *KOMET: Kolaborasi Masyarakat Berbasis Teknologi*, 1(1), 1–8.