

Pemanfaatan Media Sosial Instagram untuk Meningkatkan Brand Awareness dan Penjualan Produk UMKM Souvenir Bali

Ni Putu Eka Kherismawati^{1*}, I Komang Arya Ganda Wiguna², Dewa Gede Candra Mahardika³, I Gede Iwan Sudipa⁴, I Kadek Noris⁵

^{1*,2,3,4,5} Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Denpasar, Indonesia
[*ekakrisma154@gmail.com](mailto:ekakrisma154@gmail.com)

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

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

Kata Kunci:
Pemasaran Digital
UMKM;
Media Sosial;
Souvenir Bali

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam menggunakan Instagram sebagai sarana promosi melalui pelatihan dan pendampingan yang terstruktur. Metode yang digunakan adalah transfer knowledge melalui pelatihan teknis, pengelolaan akun bisnis, pembuatan konten visual, dan pemanfaatan fitur Instagram Insights, Stories, serta Instagram Shopping. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas konten yang diunggah, pengelolaan akun Instagram yang lebih profesional, serta peningkatan interaksi dan jumlah pengikut. Pelatihan juga menghasilkan peningkatan kompetensi karyawan dalam memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri. Dampak kegiatan ini terlihat dari peningkatan visibilitas akun, keterlibatan pelanggan baru, serta peningkatan brand awareness UMKM Souvenir Bali. Pendekatan digital ini diharapkan menjadi solusi berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing dan perluasan pasar produk kerajinan lokal Bali melalui media sosial.

PENDAHULUAN

Di Bali, UMKM memiliki posisi strategis, terlebih dengan adanya hubungan erat antara budaya dan pariwisata yang menjadi ciri khas pulau ini. Produk-produk kerajinan dan souvenir Bali, yang sarat akan nilai budaya dan estetika, semakin mendapatkan tempat di hati konsumen, baik dari pasar lokal maupun internasional. Dengan kreativitas dan daya saing yang tinggi, produk-produk tersebut memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan peluang pemasaran digital untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas mereka di pasar global (Saad & Milala, 2024).

Salah satu usaha souvenir khas Bali adalah UMKM Souvenir Bali, yang berlokasi di Jalan Raya Ubud, Gianyar, Bali. Usaha ini fokus pada pembuatan dan penjualan berbagai produk souvenir khas Bali, seperti patung mini, gantungan kunci, aksesoris, dan pernak-pernik lainnya yang berkaitan dengan budaya dan seni Bali. Produk-produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi dan desain yang khas, menjadikannya pilihan utama bagi wisatawan yang ingin membawa pulang oleh-oleh dari Bali. Meskipun produk-produk ini memiliki daya tarik yang kuat, UMKM Souvenir Bali masih mengandalkan metode pemasaran tradisional, yaitu penjualan langsung di toko fisik dan pasar lokal, yang membatasi jangkauan pasar mereka.



Saat ini, mereka memiliki basis pelanggan tetap di sekitar daerah Ubud dan sekitarnya, namun pemasaran produk mereka belum sepenuhnya memanfaatkan potensi digitalisasi (Aditama et al., 2021), khususnya melalui media sosial seperti Instagram. Mengingat tingginya minat pasar terhadap produk-produk khas Bali, Instagram bisa menjadi sarana yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk.

Meskipun telah memiliki produk berkualitas dan basis pelanggan yang stabil di pasar lokal, UMKM Souvenir Bali belum sepenuhnya mengoptimalkan pemasaran digital melalui media sosial (Yanti et al., 2022) (Putra et al., 2023), terutama Instagram. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain: pertama, kurangnya pemahaman tentang penggunaan Instagram untuk pemasaran, di mana mitra masih belum memahami bagaimana cara mengoptimalkan profil bisnis Instagram mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas (Ariasih et al., 2023) (Adnyana et al., 2023) (Kartini et al., 2023). Kedua, minimnya pengetahuan tentang pembuatan konten yang menarik, di mana mitra tidak memiliki strategi konten yang terencana dengan baik untuk menarik perhatian audiens dan tidak memanfaatkan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Stories dan Instagram Shopping yang dapat meningkatkan visibilitas produk. Ketiga, keterbatasan sumber daya manusia, karena usaha ini dikelola oleh pemilik bersama dengan beberapa anggota keluarga, yang membuat mereka terbatas dalam hal waktu dan keahlian untuk mengelola akun media sosial secara profesional. Permasalahan-permasalahan ini menyebabkan rendahnya brand awareness dan keterbatasan dalam memperluas jangkauan pasar ke audiens yang lebih besar, terutama di luar wilayah Bali. Potensi penjualan secara online yang sangat besar melalui Instagram masih belum dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan permasalahan mitra maka terdapat solusi yang diusulkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan Instagram secara maksimal sebagai platform untuk pemasaran digital. Kegiatan pelatihan akan mencakup: 1) Pengaturan Profil Bisnis Instagram: Membantu mitra untuk mengoptimalkan profil bisnis dengan informasi yang jelas, menarik, dan relevan. 2) Pembuatan Konten Menarik: Mengajarkan cara membuat konten visual yang menarik dan relevan dengan produk yang ditawarkan, termasuk teknik fotografi dan penggunaan caption yang efektif. 3) Pemanfaatan Fitur Instagram: Memberikan pemahaman tentang penggunaan fitur-fitur Instagram seperti Instagram Stories, Instagram Shopping, dan Instagram Insights untuk meningkatkan engagement dan penjualan. 4) Jadwal Posting yang Teratur: Menyusun strategi konten dengan jadwal posting yang konsisten untuk meningkatkan eksposur produk.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah transfer knowledge (Sudipa et al., 2024, 2025; Sutjiato et al., 2025) untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Souvenir Bali dalam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana pemasaran digital. Kegiatan transfer knowledge ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam menggunakan Instagram secara efektif untuk tujuan bisnis. Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar mengenai pembuatan dan pengelolaan profil bisnis Instagram, serta pemahaman mengenai pentingnya Instagram Insights dalam menganalisis performa konten, audiens, dan interaksi. Selanjutnya, peserta diajarkan cara mengembangkan strategi pemasaran konten yang relevan dan menarik, serta menciptakan konten yang mencerminkan nilai dan keunikan produk Souvenir Bali. Hal



ini mencakup penggunaan feed Instagram yang estetik dan penggunaan Instagram Stories untuk memperkenalkan produk dan berinteraksi dengan audiens. Pelatihan juga mencakup teknik dalam mengelola jadwal posting yang konsisten untuk menjaga keterlibatan audiens, serta penggunaan hashtags yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, peserta akan diberikan pemahaman mengenai cara memaksimalkan profil bisnis Instagram dengan informasi yang lengkap, menarik, serta mudah diakses agar dapat menarik lebih banyak audiens potensial. Indikator yang terukur dalam pelaksanaan program ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial Instagram secara efektif. Indikator ini tercermin dari kemampuan mitra dalam mengoptimalkan penjualan digital dan meningkatkan brand awareness produk unggulan mereka melalui Instagram. Dengan pelatihan ini, diharapkan UMKM Souvenir Bali dapat memperluas jangkauan audiens, memperkuat brand presence, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan potensial melalui platform Instagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM Souvenir Bali adalah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berlokasi di Pasar Peliatan, Ubud, Gianyar, Bali. Toko ini menjual berbagai perlengkapan upacara keagamaan Hindu seperti canang, dupa, dan berbagai perlengkapan lainnya yang diperlukan dalam kegiatan keagamaan masyarakat Bali. UMKM Souvenir Bali memiliki dua ruko dan mempekerjakan dua karyawan. Setiap hari, UMKM Souvenir Bali beroperasi di pasar tradisional dan melayani kebutuhan masyarakat sekitar akan perlengkapan upacara. Namun, toko ini masih menggunakan metode penjualan tradisional dengan pelanggan yang datang langsung ke toko.

Meskipun sudah memiliki basis pelanggan yang cukup baik di sekitar Pasar Peliatan, UMKM Souvenir Bali masih belum memanfaatkan pemasaran digital dan media sosial secara optimal. Penjualan secara online masih sangat minim, padahal potensi pasar yang lebih luas bisa dijangkau dengan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pemahaman mengenai penggunaan platform media sosial untuk pemasaran, keterbatasan sumber daya manusia, serta minimnya pengetahuan tentang konten yang menarik untuk dipromosikan.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelatihan intensif diberikan kepada karyawan UMKM Souvenir Bali tentang penggunaan Instagram untuk bisnis. Pelatihan ini mencakup cara mengambil foto dan video yang menarik menggunakan smartphone, teknik editing sederhana, cara membuat dan mengelola Instagram Stories, serta penggunaan fitur-fitur Instagram lainnya seperti Instagram Shopping dan Insights. Karyawan juga diajarkan cara berinteraksi dengan followers, menanggapi pertanyaan, dan menangani keluhan pelanggan melalui platform tersebut. Dengan rangkaian kegiatan ini, diharapkan UMKM Souvenir Bali dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran digital yang efektif di Instagram. Pelatihan yang diberikan juga bertujuan untuk memberdayakan karyawan agar mampu mengelola akun Instagram secara mandiri dan terus mengembangkan strategi pemasaran online.





Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

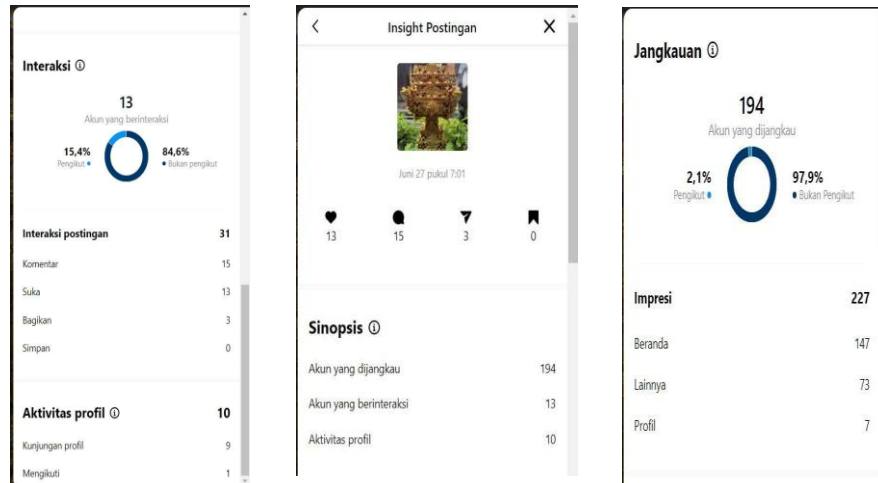
Hasil Kegiatan

Hasil dari kegiatan dimulai dengan melakukan pengambilan sejumlah foto produk dan video yang menonjolkan kualitas dan keunikan produk UMKM Souvenir Bali. Foto-foto tersebut menampilkan berbagai perlengkapan upacara keagamaan Hindu dengan pencahayaan dan komposisi yang baik, sehingga produk terlihat menarik dan profesional. Konten yang berhasil menarik perhatian pelanggan di media sosial, yang terlihat dari peningkatan jumlah likes dan komentar pada postingan.



Gambar 2. Foto Postingan Produk pada Instagram

Selanjutnya akun Instagram bisnis untuk UMKM Souvenir Bali berhasil dibuat dan diatur dengan baik. Profil toko diisi dengan informasi yang lengkap dan menarik, termasuk bio, foto profil, alamat, dan kontak yang dapat dihubungi. Hal ini membuat akun Instagram UMKM Souvenir Bali terlihat profesional dan mudah ditemukan oleh calon pelanggan.



Gambar 3. Grafik Promosi Media Sosial

Dengan demikian, UMKM Souvenir Bali dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan potensial. Tim pengabdian berhasil membuat dan memposting sejumlah konten yang menarik dan informatif di akun Instagram UMKM Souvenir Bali. Konten ini mencakup foto dan video produk, serta caption yang menarik perhatian dan informatif. Penggunaan hashtag yang relevan juga membantu meningkatkan visibilitas postingan. Setelah konten diposting, terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah followers dan engagement pada akun Instagram UMKM Souvenir Bali. Banyak pelanggan baru yang mulai mengikuti akun tersebut dan memberikan tanggapan positif terhadap konten yang diunggah. Pelatihan intensif diberikan kepada karyawan UMKM Souvenir Bali. Karyawan diajarkan cara mengambil foto dan video yang menarik, teknik editing sederhana, serta cara membuat dan mengelola Instagram Stories. Selain itu, mereka juga belajar tentang fitur-fitur Instagram lainnya seperti Instagram Shopping dan Insights. Pelatihan ini membantu karyawan memahami cara mengelola akun Instagram dengan lebih baik dan memanfaatkan platform tersebut untuk meningkatkan penjualan. Hasilnya, karyawan kini lebih percaya diri dan kompeten dalam menggunakan Instagram sebagai alat pemasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan terhadap UMKM Souvenir Bali, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas strategi pemasaran

digital bagi pelaku UMKM. Meskipun sebelumnya usaha ini telah memiliki produk yang berkualitas tinggi dan basis pelanggan lokal yang kuat, keterbatasan dalam pemahaman digital menjadi hambatan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui pelatihan intensif yang mencakup optimalisasi akun bisnis Instagram, teknik pembuatan konten menarik, serta pemanfaatan fitur-fitur seperti Instagram Stories, Shopping, dan Insights, karyawan UMKM Souvenir Bali berhasil meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola media sosial secara profesional. Kegiatan ini juga berhasil mengedukasi mitra mengenai pentingnya konsistensi dalam penjadwalan konten, penggunaan caption yang efektif, dan pemanfaatan hashtag untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Hasil dari kegiatan ini terlihat dari peningkatan jumlah pengikut, tingginya interaksi pada konten yang diposting, serta meningkatnya visibilitas produk di media sosial. Akun Instagram UMKM Souvenir Bali kini memiliki tampilan yang lebih menarik dan informatif, serta mulai menjangkau pelanggan dari luar wilayah Bali. Dengan demikian, penguatan literasi digital melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM lokal. Strategi digital ini tidak hanya mampu menjawab tantangan pemasaran konvensional, tetapi juga menjadi langkah awal yang efektif untuk menjangkau pasar global secara efisien, berbiaya rendah, dan terukur.

UCAPAN TERIMAKASIH

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.
- Adnyana, I. N. W., Sandhiyasa, I. M. S., & Kherismawati, N. P. E. (2023). PENDAMPINGAN SISTEM PELAPORAN PERKEMBANGAN KOPERASI DALAM MENINGKATKAN AKUNTABILITAS DAN TATA KELOLA KELEMBAGAAN KOPERASI DI KECAMATAN KERAMBITAN. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT FAKULTAS BAHASA ASING UNIVERSITAS MAHASARASWATI DENPASAR (SENADIBA) 2021*, 284–292.
- Ariasih, N. K., Murpratiwi, S. I., Pramawati, I. D. A. A. T., Mulyawan, I. P. A., Putri, K. M. D., Suandana, N. P. W., Aristana, M. D. W., Suryawan, I. W. D., Agetania, N. L. P., & Antara, I. G. M. Y. (2023). Sosialisasi Entrepreneur Untuk Generasi Z Di SMP Sapta Andika Denpasar. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 355–362.
- Kartini, K. S., Saraswati, N. W. S., Sandhiyasa, I. M. S., Putra, I. N. T. A., & Pramest, N. L. G. S. (2023). Pendampingan Dan Pelatihan Sistem Informasi Bank Sampah Di Tps 3r Bawana Lestari Desa Pangkungkarung. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 88–92.



- Putra, I. N. T. A., Sandhiyasa, I. M. S., & Wulantari, N. P. A. S. (2023). Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan Sentuhan Teknologi dalam Memasarkan Produk Umkm Desa Sumita. *Journal of Social Work and Empowerment*, 3(1), 47–54.
- Saad, A., & Milala, S. I. (2024). The Impact of Entrepreneurial Innovation on Real Estate Investment in Nigeria: A Smart PLS-SEM Approach. *TECHNOVATE: Journal of Information Technology and Strategic Innovation Management*, 1(4), 185–197. <https://doi.org/10.52432/technovate.1.4.2024.185-197>
- Sudipa, I. G. I., Adnyana, I. N. W., Kusuma, A. S., Wiguna, I. K. A. G., Udayana, I. P. A. E. D., & Artha, I. P. M. K. (2025). Literasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Mendukung Pembelajaran Anak Sekolah Dasar. *Journal of Social Work and Empowerment*, 4(2), 85–93. <https://doi.org/10.58982/jswe.v4i2.808>
- Sudipa, I. G. I., Radhitya, M. L., & Wijaya, B. K. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Implementasi Aplikasi Iuran Digital dalam Mendukung Penerapan E-Governance pada Tingkat Dusun. *JE (Journal of Empowerment)*, 5(2), 130–143. <https://doi.org/10.35194/je.v5i2.4649>
- 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.
- Yanti, C. P., Sugiartawan, P., Yusa, M. M., Aditama, P. W., & Mutiarani, R. A. (2022). Kegiatan Bimbingan Teknis Animasi Untuk Pembelajaran dan Analisis Media Sosial pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali. *Jurnal Widya Laksmi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 104–111.