

PKM Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Digitalisasi Penjualan dan Peningkatan Engagement pada UMKM Authentic Homemade Bali

Ni Putu Widantari Suandana ^{1*}, Putu Wirayudi Aditama ², I Gede Bagus Arya Merta Tika ³,
I Gede Iwan Sudipa ⁴

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

putu.widantari@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Submitted: 8 Mei 2025
Accepted: 9 Juni 2025
Published: 30 Juni 2025

Kata Kunci:
UMKM;
Instagram Bisnis;
Media Sosial;
Pemasaran Digital;
Produk Ramah
Lingkungan

ABSTRAK

UMKM Authentic Handmade Bali merupakan usaha yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan tote bag berbahan dasar limbah kain bekas penjahit. Meskipun produk memiliki nilai estetika dan keberlanjutan lingkungan yang tinggi, pemasaran usaha ini masih terbatas pada platform e-commerce tanpa pemanfaatan media sosial. Masalah utama yang dihadapi adalah minimnya pemahaman pemilik usaha terhadap media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana pemasaran digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemilik usaha dalam mengelola akun Instagram bisnis, menciptakan konten visual yang menarik, dan memanfaatkan fitur Instagram Insights serta Instagram Ads sebagai alat analitik dan promosi. Metode pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan transfer knowledge, dengan pelatihan teknis, pendampingan langsung di lokasi usaha, dan demonstrasi penggunaan aplikasi pengolah visual untuk promosi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengelolaan akun Instagram bisnis @authentichandmadebali, pembuatan konten visual, serta pemanfaatan fitur insight untuk menganalisis jangkauan dan interaksi pengguna. Dengan pemasaran digital yang tepat, produk Authentic Handmade Bali mampu menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan brand awareness, serta memperkuat strategi promosi secara berkelanjutan. Program ini menjadi model pemberdayaan UMKM berbasis teknologi informasi yang efektif dan relevan dalam era digital saat ini.

PENDAHULUAN

Authentic Handmade Bali adalah UMKM yang bergerak di bidang pembuatan dan penjualan produk souvenir tote bag yang terbuat dari limbah kain bekas penjahit. Usaha ini berdiri sejak 2021 dan berlokasi di Jl. Taman Giri Perum Living Hill No.2, Kuta Selatan, Benoa, Badung, Bali. Meskipun telah memasarkan produknya melalui platform e-commerce, pemasaran produk yang dilakukan masih terbatas pada audiens yang ada di platform tersebut dan belum memanfaatkan media sosial yang lebih luas. Pemilik usaha mengungkapkan bahwa keterbatasan waktu dan kurangnya pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial menjadi hambatan utama dalam mengembangkan pemasaran produk mereka. Saat ini, produk yang dihasilkan oleh Authentic Handmade Bali memiliki potensi untuk berkembang lebih jauh, mengingat produk mereka tidak hanya memiliki nilai seni yang tinggi, tetapi juga mendukung keberlanjutan lingkungan dengan menggunakan bahan baku limbah kain dari penjahit. Produk



ini memiliki daya tarik yang besar di kalangan wisatawan dan masyarakat muda Bali yang mengedepankan tren fashion ramah lingkungan. Namun, keterbatasan dalam pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran membuat potensi pasar mereka belum sepenuhnya tercapai.

Masalah utama yang dihadapi oleh Authentic Handmade Bali adalah kurangnya pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, untuk pemasaran produk mereka. Meskipun menggunakan e-commerce untuk menjual produk, promosi yang dilakukan belum maksimal karena kurangnya interaksi dengan audiens melalui media sosial. Pemilik usaha, yang memiliki waktu terbatas karena bekerja sebagai pegawai swasta, juga mengungkapkan kurangnya pemahaman tentang cara menggunakan fitur-fitur media sosial, termasuk Instagram Insights yang dapat membantu menganalisis performa konten dan audiens (Aditama et al., 2021; Aini et al., 2024; Pramudita, 2019). Hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan rendahnya interaksi dengan pelanggan potensial. Selain itu, produksi yang terbatas, karena hanya dilakukan oleh pemilik dan keluarganya, juga menjadi kendala dalam memenuhi permintaan pasar. Ketersediaan stok barang sering kali tidak sesuai dengan permintaan, yang dapat memengaruhi kemampuan untuk memenuhi target penjualan.

Solusi yang diusulkan dalam kegiatan PKM ini adalah pendampingan dan pelatihan pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, untuk meningkatkan pemasaran produk Authentic Handmade Bali. Tim pengabdian akan memberikan pelatihan kepada pemilik usaha mengenai cara menggunakan Instagram sebagai platform pemasaran yang efektif. Ini meliputi pembuatan konten visual yang menarik, pengelolaan akun bisnis Instagram, serta penggunaan fitur-fitur seperti Instagram Insights untuk menganalisis performa konten dan audiens. Selain itu, pelatihan ini juga akan mengajarkan pemilik usaha cara berinteraksi dengan audiens melalui media sosial (Yanti et al., 2022)(Putra et al., 2023) guna meningkatkan engagement dan memperluas jangkauan pasar. Dengan menggunakan Instagram, yang dapat diakses dengan mudah melalui perangkat mobile dan menawarkan biaya promosi yang relatif rendah, pemilik usaha diharapkan dapat memaksimalkan visibilitas produk mereka, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Ariasih et al., 2023)(Adnyana et al., 2023)(Aristana et al., 2024). Pendampingan langsung akan dilakukan untuk membantu implementasi strategi pemasaran yang telah dipelajari dan memastikan penggunaan media sosial secara optimal dalam meningkatkan penjualan dan memasarkan produk ramah lingkungan ini. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemilik usaha dalam pemasaran digital, sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk Authentic Handmade Bali.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah *transfer knowledge* untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Authentic Handmade 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 (Sudipa et al., 2024, 2025; Sutjiato et al., 2025). Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar mengenai profil bisnis Instagram, serta pentingnya Instagram Insights dalam memahami performa konten, audiens, dan interaksi. Selanjutnya, peserta diajarkan cara membuat strategi

pemasaran konten yang relevan dan menarik, serta menciptakan konten yang mencerminkan nilai dan keunikan produk Authentic Handmade Bali, seperti penggunaan feed Instagram yang estetis dan Stories yang interaktif. Pelatihan juga mencakup teknik dalam mengelola jadwal posting yang konsisten, serta penggunaan Hashtags yang tepat untuk meningkatkan visibilitas produk di Instagram. Selain itu, peserta akan diberikan pemahaman mengenai cara memaksimalkan profil bisnis Instagram dengan informasi yang lengkap dan menarik agar dapat menarik lebih banyak audiens. Indikator yang terukur dalam pelaksanaan program ini adalah peningkatan kemampuan mitra dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial Instagram, yang tercermin pada kemampuan mereka dalam mengoptimalkan penjualan digital dan meningkatkan brand awareness produk unggulan.

Metode pendampingan secara offline pada tempat usaha Authentic Handmade Bali yang berlokasi di Jl. Taman Giri perum Living Hill no.2 Kuta Selatan, Benoa, Badung, Bali. Dalam menerapkan metode pendampingan, tim PKM melakukan observasi serta wawancara dengan pemilik dari usaha Authentic Handmade Bali terlebih dahulu. Dari hasil observasi dan wawancara, tim PKM menemukan kendala yang dihadapi, yaitu usaha Authentic Handmade Bali belum menggunakan media sosial apapun dan adanya keterbatasan akan ketersediaan stock barang, karena dalam proses produksi karena demand dan kesiapan produksi yang tidak seimbang. Dengan permasalahan yang dihadapi, tim PKM pun melakukan pendampingan pada tempat usaha Authentic Handmade Bali dengan tujuan untuk meningkatkan promosi produk dan brand awarness dengan memanfaatkan media sosial. Pendampingan yang dilakukan diikuti oleh pemilik usaha dengan demonstrasi dan praktek secara langsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Authentic Handmade Bali merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk souvenir tote bag. Usaha Authentic Handmade Bali berdiri sejak tahun 2021 pada saat covid-19 yang berlokasi di Jl. Taman Giri perum Living Hill no.2 Kuta Selatan, Benoa, Badung, Bali. Usaha ini bertempat langsung pada rumah pribadi pemiliknya yang bernama Gusti Ayu Anom Karmitasari. Usaha Authentic Handmade Bali ini hanya dijalankan oleh pemilik dan keluarganya. Biasanya usaha ini memproduksi produk untuk ketersediaan barang yang akan dijual di e-commerce.

Kondisi saat ini usaha Authentic Handmade Bali memiliki potensi untuk berkembang ke arah yang lebih baik lewat promosi digital yang seharusnya lebih dikembangkan mengingat produk yang dihasilkan berasal dari bahan baku limbah kain dari kain bekas penjahit, sehingga mendukung dalam pengurangan limbah kain. Selain itu, daerah Bali memiliki tingkat wisata yang tinggi serta masyarakat muda lokal yang sangat stylish sehingga dapat membantu mengembangkan dan meningkatkan usaha ini. Authentic Handmade Bali sudah berdiri sejak tahun 2021 pada saat covid-19 yang didirikan oleh Gusti Ayu Anom Karmitasari yang kesehariannya pekerja sebagai pegawai swasta. Menurut pemilik usaha, Authentic Handmade Bali diperkirakan penjualan produk yang didapatkan dalam sebulan 12-24 pcs, sedangkan untuk bahan yang diperlukan, didapatkan dari penjahit di sekitar tempat usahanya. Kendala yang dihadapi pada usaha ini yaitu, belum menggunakan media sosial apapun sehingga pemanfaatan penggunaan media sosial yang kurang dan ketersediaan stock barang, karena dalam proses produksi hanya dilakukan oleh ayah dari pemilik usaha. Sehingga terkadang ketersediaan stock dengan jumlah pembelian lebih tinggi dari produksi

barangnya. Pemasaran produk ini hanya mengandalkan e-commerce dari hasil pencarian audiens. Berikut produk dari Authentic Handmade Bali dapat dilihat pada gambar dibawah :



Gambar 1. Tote Bag Small

Authentic Handmade Bali belum memiliki media sosial yang dapat dimanfaatkan dalam memasarkan produknya. Tim PKM akan memberikan pendampingan untuk membuat akun sosial media instagram dengan akun bisnis sehingga bisa mengelola konten-konten yang nantinya akan diposting untuk memasarkan produk.

Pelaksanaan Kegiatan

Pendampingan dilakukan dengan durasi waktu 2 jam. Pada awal kegiatan pendampingan, tim PKM menjelaskan mengenai pentingnya promosi produk pada media sosial untuk meningkatkan penjualan dengan akun Instagram bisnis. Selanjutnya, melakukan pratek langsung dengan pemilik usaha dalam mengajarkan cara menggunakan Instagram insight dan membuat konten yang menarik. Tabel 1 merupakan uraian kegiatan pendampingan yang telah dilakukan pada usaha Authentic Handmade Bali.

Tabel 1. Uraian Kegiatan

No	Detail Kegiatan	Pelaksana
1	Melakukan Observasi dan Wawancara pada Tempat Usaha Authentic Handmade Bali.	Seluruh tim PKM
2	Melakukan pendampingan penggunaan media sosial pada pemilik Authentic Handmade Bali.	Seluruh tim PKM
3	Melakukan dokumentasi foto produk.	Seluruh tim PKM
4	Pembuatan akun media sosial instagram Authentic Handmade Bali dan pembuatan konten untuk postingan.	Seluruh tim PKM
5	Posting konten pada akun instagram.	Seluruh tim PKM

Kegiatan pendampingan yang dilakukan tim PKM bersifat offline, yaitu datang langsung ke tempat usaha Authentic Handmade Bali yang berlokasi di Jl. Taman Giri perum Living Hill

no.2 Kuta Selatan, Benoa, Badung, Bali. Pendampingan dilakukan dengan memberikan penjelasan terlebih dahulu bagaimana pentingnya penggunaan media sosial untuk memasarkan produk usaha. Tim PKM juga memberikan bagaimana jaman sekarang, banyak usaha diluar sana memviralkan produk usaha mereka dengan konten-konten yang menarik dan kreatif yang di posting pada akun media sosial mereka. Kegiatan pendampingan ini mencakupi bagaimana cara menggunakan instagram insight dan cara mengiklankan postingan konten. Tim PKM membantu dalam pembuatan akun bisnis Instagram dan pembuatan konten produk untuk memasarkannya. Berikut adalah dokumentasi dari kegiatan pendampingan di usaha Authentic Handmade Bali :

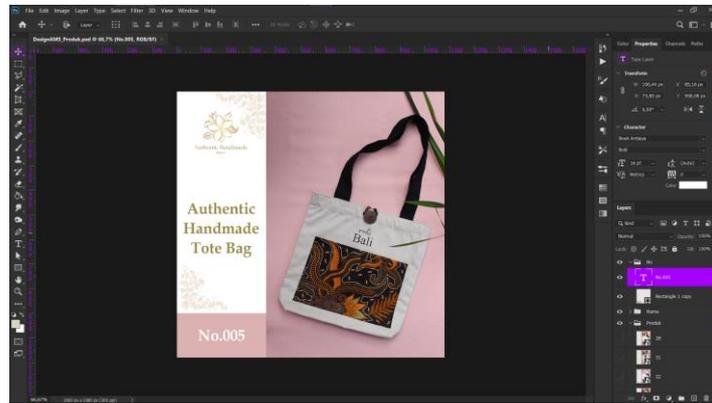


Gambar 2. Proses Kegiatan Pendampingan Penggunaan Instagram Insight

Hasil Kegiatan

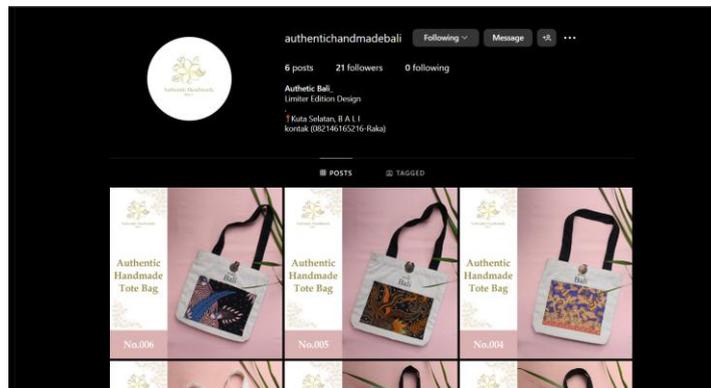
Tim PKM memberikan pendampingan menjadikan akun instagram Authentic Handmade Bali ini menjadi akun bisnis untuk mendapatkan fitur instagram insight. Dengan bantuan fitur ini dapat melihat perkembangan interaksi yang di dapatkan. Hasil kegiatan dari pendampingan pemanfaatan penggunaan media sosial ini untuk meningkatkan pemasaran produk souvenir tote bag ini adalah dengan membuat akun sosial media Instagram menggunakan nama @authentichandmadebali. Tim PKM juga membuat konten dari produk yang nantinya di posting di akun instagram untuk memasarkan produknya. Tim PKM juga memberikan pendampingan dalam menggunakan fitur instagram insight dan instagram ads dalam mengelola konten dan memasarkan produk agar bisa dijangkau luas oleh audiens. Saat ini pemasaran digital sangat penting dan wajib dilakukan oleh seluruh usaha dan

merupakan strategi pemasaran yang efektif. Dengan pemasaran digital ini, bisa menjangkau luas audiens dan meningkatkan jumlah penjualan produk.

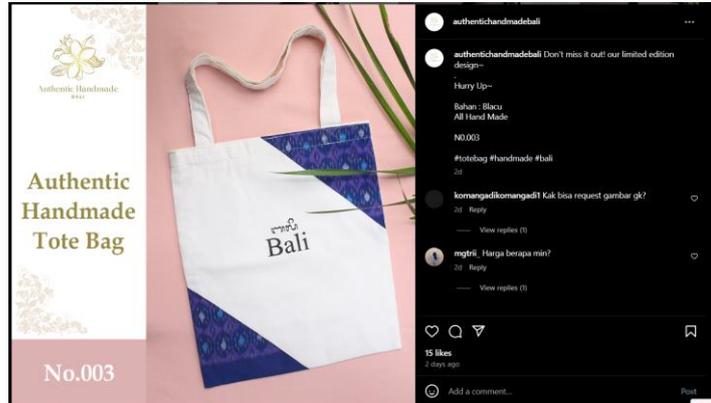


Gambar 3. Menyiapkan Konten untuk Sosial Media Instagram

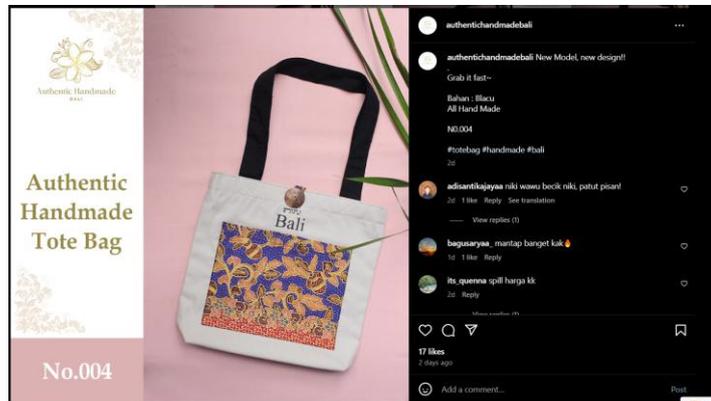
Foto-foto produk yang sudah disiapkan selanjutnya diolah menggunakan aplikasi adobe photoshop sehingga memiliki tampilan yang lebih menarik untuk memikat calon pembeli yang melihat postingan ini di instagram nantinya.



Gambar 4. Akun Sosial Media Instagram Authentic Handmade Bali

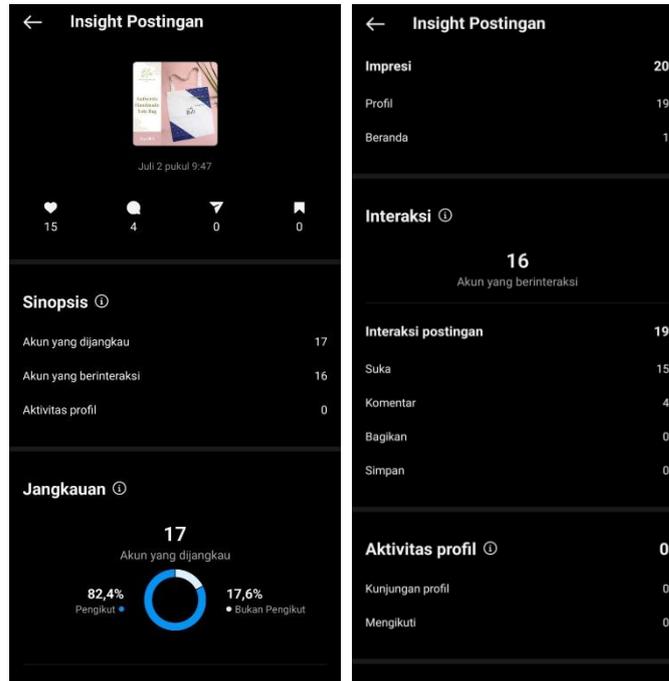


Gambar 5. Postingan Produk Tote Bag Authentic Handmade Bali



Gambar 6. Postingan Produk Tote Bag Authentic Handmade Bali

Setelah melakukan posting konten di akun sosial media instagram maka tim PKM mencoba untuk melihat insight dari masing-masing postingan produk yang telah di posting pada media sosial instagram untuk melihat dan mengetahui bagaimana interaksi pengguna instagram dengan konten yang sudah di posting.



Gambar 7. Insight Postingan Produk pada Media Sosial

Pada gambar diatas yang menunjukkan insight per postingan yang berisikan jangkauan dari pengguna Instagram dengan postingan tersebut meliputi, jumlah akun yang dijangkau, akun yang berinteraksi, dan aktifitas profil, dalam insight juga dapat ditampilkan jumlah suka, jumlah komentar, jumlah di bagikan, dan jumlah disimpan dari postingan tersebut. Insight Instagram memberikan wawasan tentang kinerja postingan, dengan informasi ini, pengguna dapat mengevaluasi konten mana yang paling sukses dan mengidentifikasi tren atau pola yang membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yaitu pendampingan umkm dalam pemanfaatan media sosial instagram dalam peningkatan pemasaran produk dari usaha authentic handmade bali, maka diharapkan adanya peningkatan penjualan produk-produk dan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Kesimpulan yang dapat disampaikan setelah dilaksanakan pendampingan ini, semoga pendampingan yang telah dilakukan dapat menambah keterampilan dalam memasarkan produk dan menambah wawasan dalam penggunaan fitur instagram insight dan instagram ads. Dengan begitu usaha Authentic Handmade bali ini bisa berkembang lebih jauh berkat pemanfaatan penggunaan media sosial yang efektif ini.

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.
- Aini, W. R., Sudipa, I. G. I., Sandana, I. P. D., Putra, D. M. D. U., & Indrawan, I. G. A. (2024). IDENTIFYING FAKE ACCOUNTS IN SOCIAL MEDIA COMMERCIAL VIDEOS USING SUPPORT VECTOR MACHINE METHOD. *Proceeding International Conference on Information Technology, Multimedia, Architecture, Design, and E-Business*, 3, 79–86.
- 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.
- 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>
- Pramudita, A. S. (2019). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 10(1–14).
- 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.
- 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 luran 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.