

**LAPORAN AKHIR**  
**PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**UNTAR**  
Universitas Tarumanagara

**“DIGITALISASI UMKM MELALUI PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA WARUNG MAKAN NASI GORENG SEDAP  
MALAM BANG JENAL”**

**Disusun oleh:**  
**Rezi Erdiansyah**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**  
**NOVEMBER 2024**

**Halaman Pengesahan**  
**Laporan Pengabdian kepada Masyarakat**

1. Judul PKM : Digitalisasi UMKM Melalui Penggunaan Sosial Media Instagram dan Tiktok pada Warung Nasi Goreng Bang Jenal
2. Nama Mitra PKM : Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal
3. Ketua Tim Pelaksana
  - a. Nama dan Gelar : Dr. Rezi Erdiansyah. M.S.,
  - b. NIDN/NIDK : 0301056202
  - c. Jabatan/Gol. : Dosen Tetap
  - d. Program Studi : Ilmu Sosial dan Politik S1 & S2, Magister Manajemen
  - e. Fakultas : Ilmu Komunikasi
  - f. Bidang Keahlian : Komunikasi
  - g. Alamat Kantor : Jl. Letjen S.Parmar No.1
  - h. Nomor HP/Tlp : -
4. Anggota Tim PKM
  - a. Jumlah Mahasiswa : 5 Orang
  - b. Nama & NIM Mahasiswa : Vincent Lianindra / 915220148
  - c. Nama & NIM Mahasiswa : Marshavina Cecilia Rudolf / 915220182
  - d. Nama & NIM Mahasiswa : Florence Febriani Susanto / 915220188
  - e. Nama & NIM Mahasiswa : Apriyani Anggraeni / 915220190
  - f. Nama & NIM Mahasiswa : Mayshia Yonathan / 915220193
5. Lokasi Kegiatan Mitra : Jalan Baladewa Kiri No.1
  - a. Wilayah Mitra : Jakarta
  - b. Kabupaten/Kota : Jakarta Pusat
  - c. Provinsi : DKI Jakarta
6. Metode Pelaksana : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : Video, Artikel, Poster
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : September – November 2024
9. Pendanaan : Rp –  
Biaya yang disetujui

Jakarta, 10 November 2024

Ketua Pelaksana



Dr. Rezi Erdiansyah. M.S.,

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal merupakan UMKM kuliner lokal yang telah berdiri selama beberapa tahun dengan dua cabang di daerah Senen, Jakarta Pusat, yaitu di Jalan Johar dan Jalan Baladewa Kiri 1. Lokasi kedua cabang ini cukup strategis, berada di kawasan yang padat penduduk dan ramai lalu lintas. Warung makan ini dikenal dengan menu nasi gorengnya yang memiliki cita rasa khas, sehingga mendapat banyak pujian dari pelanggan tetap. Namun, meskipun secara kualitas makanan tergolong sangat baik, warung makan ini masih belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Dari sisi potensi pasar, daerah Senen merupakan area yang ramai dengan aktivitas penduduk dari berbagai kalangan. Banyak pekerja, mahasiswa, dan wisatawan lokal yang lalu lalang di sekitar lokasi. Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal memiliki kesempatan besar untuk memanfaatkan potensi ini, terutama jika bisa memaksimalkan promosi untuk meningkatkan visibilitas usahanya. Apalagi, di era modern ini semakin banyak masyarakat yang mengandalkan *platform* digital untuk mencari rekomendasi kuliner.

Hal yang cukup menonjol dari Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal adalah meskipun usaha kuliner ini berada di lingkungan yang ramai, pemasaran tradisional yang mereka lakukan kurang efektif dalam menarik minat masyarakat. Selain mengandalkan kualitas rasa dan pelanggan dari mulut ke mulut, tidak ada upaya signifikan dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Warung makan ini belum memiliki jejak digital, seperti akun media sosial Instagram dan TikTok. Padahal, *platform* ini terbukti sangat efektif dalam memperkenalkan usaha kuliner kepada khalayak yang lebih luas.

Dengan demikian, kondisi Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal mencerminkan situasi di mana potensi pasar yang besar belum sepenuhnya dimanfaatkan. Lokasi strategis, kualitas makanan yang baik, dan basis pelanggan lokal yang sudah ada merupakan pondasi kuat yang dapat dikembangkan lebih jauh. Digitalisasi dan penggunaan media sosial adalah langkah penting yang belum mereka ambil. Maka, kami hendak membantu supaya digitalisasi melalui media sosial dapat diimplementasikan guna memperkuat posisi mereka di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan.

## 1.2 Analisis Masalah

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal adalah belum adanya upaya digitalisasi dalam pemasaran mereka. Menurut data Statista, sekitar 109 juta orang Indonesia menggunakan Instagram pada tahun 2023, menjadikannya salah satu *platform* paling populer di tanah air untuk mencari informasi, termasuk rekomendasi kuliner. Selain itu, TikTok juga telah mengalami pertumbuhan pesat, dengan lebih dari 106 juta pengguna di Indonesia pada tahun 2023. Meski memiliki dua cabang di lokasi yang strategis, warung makan ini masih bergantung sepenuhnya pada promosi dari mulut ke mulut tanpa memanfaatkan potensi besar dari *platform* digital Instagram dan TikTok. Hal ini mengakibatkan keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, terutama di kalangan anak muda yang sangat aktif di media sosial. Tanpa kehadiran digital, warung makan ini sulit bersaing dengan kompetitor yang sudah lebih dulu melakukan promosi secara *online*.

Kurangnya pemahaman tentang digitalisasi juga terlihat dari ketidakmampuan mereka dalam melakukan riset *tren* pasar yang relevan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We Are Social* pada 2024, pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan 6 jam 36 menit per hari di media sosial. *tren* kuliner yang viral di media sosial dapat dengan cepat memengaruhi preferensi konsumen, seperti fenomena minuman atau makanan kekinian. Namun, tanpa pemahaman untuk melakukan riset *tren* ini, Warung Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal sulit mengetahui preferensi konsumen yang terus berubah. Akibatnya, warung ini berisiko tertinggal dari pesaing yang lebih adaptif dalam merespons perubahan pasar dan *tren* kuliner.

Selain itu, permasalahan juga terletak pada kurangnya keterampilan dalam membuat konten dan *copywriting* yang relevan untuk *platform* digital. Tanpa pengetahuan mengenai cara membuat konten visual menarik dan teks deskripsi memikat, warung makan ini tidak dapat memaksimalkan potensi media sosial untuk menarik perhatian audiens. Hal ini menyebabkan mereka kehilangan kesempatan besar untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial.

Terakhir, warung ini juga belum memahami cara menargetkan audiens yang tepat melalui media sosial. Media sosial menawarkan berbagai alat yang dapat membantu usaha menargetkan konsumen berdasarkan demografi, minat, dan perilaku *online*. Data dari

Hootsuite menunjukkan bahwa iklan di Instagram dan TikTok memiliki potensi jangkauan yang sangat besar, terutama di kalangan pengguna berusia 18-34 tahun, kelompok demografis yang cenderung lebih sering mengeksplorasi konten kuliner di *platform* digital. Namun, tanpa pemahaman tentang cara menggunakan alat ini, promosi yang dilakukan mungkin tidak tepat sasaran. Akibatnya, UMKM ini gagal memaksimalkan peluang digital untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau konsumen potensial.

### 1.3 Solusi

Berdasarkan informasi yang telah diperoleh terkait permasalahan mitra yang sudah diuraikan sebelumnya, solusi yang akan dilakukan untuk meningkatkan digitalisasi Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal adalah penggunaan sosial media sebagai sarana utama media promosi. Sosial media menjadi sangat efektif karena penggunaannya praktis, biaya operasionalnya murah, jangkauan audiens mendunia, serta maraknya penggunaan oleh masyarakat saat ini.

Implementasi solusi akan dimulai dengan sosialisasi kepada pemilik Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal mengenai pentingnya sosial media untuk meningkatkan penjualan dan *brand awareness*. Adapun, *brand awareness* merupakan kekuatan merek yang terdapat pada benak konsumen. *Brand awareness* dapat diukur melalui identifikasi konsumen terhadap sebuah produk, dimana semakin banyak orang yang mengingat dan mengenal suatu produk, maka mengindikasikan keberhasilan *brand awareness* yang diupayakan perusahaan.

Berikutnya, tim akan mendampingi pemilik warung makan dalam menentukan sosial media yang paling relevan untuk penjualan produk, yaitu Instagram dan TikTok. Instagram merupakan *platform* berbagi foto dan video dengan tingkat penggunaan sebesar 10% dari total masyarakat Indonesia. Hal ini membuat Instagram berada pada peringkat delapan media sosial terpopuler di Indonesia yang menjadikannya sebagai media potensial untuk sarana promosi. Adapun, TikTok sebagai *platform* berbagi video mampu meraih 112,97 juta pengguna di Indonesia, yang menjadikannya sebagai negara terbanyak kedua di dunia setelah Amerika.

Setelah itu, tim akan memberikan edukasi kepada pemilik Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal untuk melakukan riset audiens menggunakan *tools* Instagram *Analytics* dan TikTok *Insight*. Kedua *tools* ini berfungsi untuk menunjukkan data serta statistik

kunjungan ke laman bisnis. Kedua *tools* memiliki manfaat penting guna mengetahui demografi audiens yang menjadi dasar untuk pembuatan konten promosi sesuai target pasar.

Terakhir, tim akan merancang desain konten Instagram dan TikTok berbentuk tulisan maupun video untuk kemudian diajarkan dan diteruskan kepada pemilik Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal.

## **BAB 2**

### **PELAKSANAAN**

#### **2.1 Deskripsi Kegiatan**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berlangsung selama dua bulan, mulai dari pertengahan September hingga pertengahan November 2024. Kegiatan ini dilaksanakan di Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal yang terletak di Jalan Baladewa Kiri 1, Senen, Jakarta Pusat, Kota Jakarta. Tujuannya adalah untuk membantu mengembangkan usaha Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi melalui proses digitalisasi. Dengan digitalisasi, diharapkan usaha Bang Jenal dapat menjangkau lebih banyak pelanggan, meningkatkan omset, dan memudahkan manajemen usaha.

#### **2.2 Metode Pelaksanaan**

Metode yang telah dilakukan pada implementasi Pengabdian Kepada Masyarakat berupa sosialisasi dan pendampingan terhadap UMKM. Sosialisasi dan pendampingan ini dilakukan untuk mendorong pelaku UMKM bertransformasi ke arah bisnis digital dan memperkenalkan teknologi yang dapat digunakan untuk memperluas pasar serta tetap terhubung dengan pelanggan melalui Instagram dan TikTok

Adapun langkah-langkah yang telah dilakukan pada kegiatan ini antara lain :

##### **2.2.1 Menganalisis Kebutuhan**

Kami telah menyelesaikan proses analisis kebutuhan Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal melalui serangkaian survei dan wawancara mendalam. Dari hasil tersebut, kami berhasil mengidentifikasi berbagai kebutuhan spesifik UMKM, yaitu tidak adanya pemasaran dan pengembangan pengenalan merek pada media sosial.

### **2.2.2 Program Sosialisasi**

Kami telah menyelesaikan program sosialisasi mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran kepada Rumah Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal. Dalam program ini, kami menjelaskan bagaimana penggunaan Instagram dan TikTok bisa menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan bisnis. Melalui konten yang menarik, *platform* ini mampu menarik perhatian khalayak luas. Sosialisasi ini juga meliputi praktik terbaik dalam membuat konten yang konsisten dan cara memanfaatkan fitur-fitur promosi di kedua *platform* untuk meningkatkan visibilitas.

Selain itu, kami memberikan pelatihan mengenai cara berinteraksi dengan pelanggan secara *online* dan memaksimalkan fitur-fitur analitik pada Instagram dan TikTok untuk memantau performa konten. Dengan langkah-langkah ini, UMKM dapat melihat minat dan preferensi pelanggan, serta menyesuaikan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Kami juga menekankan pentingnya konsistensi dalam mengunggah konten agar rumah makan tetap relevan dan mudah ditemukan calon pelanggan.

### **2.2.3 Pelatihan dan Pendampingan**

Memberikan panduan dalam penggunaan sosial media Instagram dan TikTok yang benar sebagai sarana promosi produk untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Pada *platform* Instagram, kami memberikan pelatihan dan pendampingan mulai dari pembuatan akun Instagram dan diubah menjadi akun bisnis untuk mengakses fitur analitik dan promosi. Kemudian, cara untuk mengunggah postingan dan pembuatan konten menggunakan aplikasi Canva untuk *feeds* dan *reels* di akun Instagram, serta penggunaan *hashtag* pada *caption* untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Sedangkan untuk *platform* Tiktok, kami memberikan pelatihan mulai dari menunjukkan bagaimana proses di balik layar pembuatan konten kreatif dan menarik untuk menarik perhatian audiens, mengikuti *tren* yang sedang viral di Tiktok untuk meningkatkan visibilitas, menggunakan musik yang sedang populer di Tiktok, dan menggunakan *hashtag* yang relevan pada *caption* untuk menarik perhatian lebih banyak pengguna. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan ini, Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal dapat



memaksimalkan penggunaan Instagram dan TikTok untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

#### **2.2.4 Monitoring dan Evaluasi**

Memantau perkembangan dan melakukan pemeriksaan berkala terhadap aktivitas sosial media Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal untuk mengukur tingkat keberhasilan program yang telah diterapkan. Pertama-tama, kami menentukan tujuan spesifik dari penggunaan media sosial, seperti untuk meningkatkan jumlah pengikut, meningkatkan interaksi, dan meningkatkan penjualan. Kami melakukan analisis data setiap minggu untuk melihat *tren* dan pola, seperti jadwal terbaik untuk posting, jenis konten yang paling banyak mendapat interaksi, dan demografi pengikut. Selanjutnya, kami melakukan evaluasi dengan membandingkan setiap konten yang dihasilkan dengan tujuan awal. Konten yang mendapatkan *engagement* terbaik akan menjadi fokus utama kami dalam strategi pemasaran berikutnya. Dengan metode *monitoring* dan evaluasi, kami dapat memantau dan mengevaluasi aktivitas media sosial secara efektif, memastikan program yang diterapkan berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuan yang diinginkan.

### **2.3 Luaran**

#### **2.3.1 Luaran Video PKM**

Video ini sebagai bukti nyata berlangsungnya program Pengabdian Kepada Masyarakat pada UMKM yang berisi cuplikan dari kegiatan kami selama 2 bulan yang dikemas sedemikian rupa dalam durasi 3.03 menit. Berawal dari berkunjung untuk mengetahui persoalan yang dihadapi Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal. Setelah mengetahui titik permasalahan, kami berdiskusi untuk mencari solusi dan membuat konten menarik yang akan diunggah pada sosial media. Lalu, membuat desain dan syuting. Selain itu, kami juga memberikan ilmu kepada pemilik UMKM agar bisa melanjutkan media sosial yang telah aktif.

#### **2.3.2 Luaran Poster PKM**

Pada kegiatan PKM yang telah kami laksanakan, membuahkan luaran berupa poster infografis. Poster ini bertujuan agar masyarakat dapat mengerti kegiatan kami secara singkat,

ringan, mudah dipahami, dan terperinci. Poster ini mengangkat tema "*UMKM Go Digital Lewat Sosial Media: Raih Peluang Tanpa Batas!*" Poster tersebut informasi mengenai deskripsi kegiatan kami. Kemudian, diikuti dengan informasi seputar definisi, tujuan, dan cara melakukan digitalisasi untuk UMKM. Poster ini juga diperkaya dengan gambar dan elemen grafis lainnya supaya lebih menarik.

### **2.3.3 Luaran Artikel PKM**

Artikel ini mengulas bagaimana digitalisasi melalui Instagram dan TikTok dapat menjadi solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Semakin berkembangnya teknologi dan tingginya penggunaan media sosial, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan zaman agar tetap relevan dan kompetitif. Artikel ini mencakup manfaat, langkah-langkah praktis dalam digitalisasi, hasil kegiatan yang telah dilakukan, serta kesimpulan mengenai potensi besar dari pemanfaatan kedua *platform* tersebut. Artikel ini telah dipublikasikan melalui media berita *Portal Indonesia* pada 5 November 2024.

### **BAB 3**

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melaksanakan kegiatan digitalisasi yang melibatkan pembuatan konten secara konsisten di Instagram dan TikTok, Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal berhasil mengalami peningkatan penjualan sebesar 50%. Sebelum digitalisasi, rata-rata penjualan mencapai sekitar 50 piring per hari. Namun, setelah dua bulan menjalankan strategi konten di media sosial, penjualan meningkat menjadi 100 piring per hari. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang menarik dan informatif berhasil menarik minat calon konsumen dan meningkatkan popularitas warung makan ini.

Secara keseluruhan, program digitalisasi UMKM melalui Instagram dan TikTok di Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal terbukti sukses. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya, meningkatkan daya saing, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Program ini juga memberi dampak positif bagi Bang Jenal dan timnya dalam pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital untuk keberlangsungan usaha.

## **BAB 4**

### **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, program digitalisasi UMKM yang kami lakukan berhasil meningkatkan daya saing Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal secara signifikan. Melalui pembuatan akun TikTok dan Instagram yang difokuskan pada konten kreatif dan interaktif, warung makan ini mampu memperluas jangkauan pasarnya dan menarik minat pelanggan baru. Hasil dari program ini terlihat nyata dalam peningkatan penjualan sebesar 50%, dari sebelumnya 50 piring per hari menjadi 100 piring. Pencapaian ini menunjukkan bahwa digitalisasi melalui media sosial potensial seperti Instagram dan Tiktok mampu berpeluang besar untuk membantu UMKM dalam meningkatkan pendapatan. Dengan kehadiran yang konsisten di *platform* digital, Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal dapat membangun visibilitas yang lebih baik dan terhubung dengan lebih banyak pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- 2024 *State of Marketing Report*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://www.hubspot.com/state-of-marketing>
- Afrianti, U., Anshori, M. I., & Andriani, N. (2024). Digitalisasi Marketing Melalui Instagram dan Facebook Ads dalam Meningkatkan Skala Usaha UMKM: Systematic Literature Review. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1). <https://doi.org/10.30651/JMS.V9I1.21058>
- Alalwan, A. ;, Rana, N. P. ;, Dwivedi, Y. K. ;, Algharabat, R., Alalwan, A. A., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190. <https://doi.org/10.1016/J.TELE.2017.05.008>
- Asiyah, S., Rachmadi, K. R., & Rachmadi, R. (2022). DIGITALISASI PEMASARAN MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA PELAKU UMKM GUNA PENINGKATAN PENDAPATAN. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Bisnis Terapan, J., Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/JBT.V1I01.296>
- De Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. H. (2012). Popularity of Brand Posts on Brand Fan Pages: An Investigation of the Effects of Social Media Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83–91. <https://doi.org/10.1016/J.INTMAR.2012.01.003>
- Digital advertising worldwide - statistics & facts | Statista*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://www.statista.com/topics/7666/internet-advertising-worldwide/>
- DIGITALISASI UMKM*. (n.d.).
- Inilah 3 Manfaat dari Penggunaan Instagram Analytics untuk Bisnis - Xendit*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://www.xendit.co/id/blog/pahami-instagram-analytics-untuk-menganalisa-instagram-marketing-anda/>
- Instagram - statistics & facts | Statista*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>

*MANFAAT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI WADAH PROMOSI PADA YUUSTORIES FLORIST DI KARAWANG* / *Marketgram Journal*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj/article/view/559>

Micu, A., Capatina, A., & Micu, A. E. (2012). Marketing Process Reengineering within a Romanian Software Company Focused on the Implementation of a Freelancing Strategy. *IBusiness*, 04(04), 341–349. <https://doi.org/10.4236/IB.2012.44043>

Natsir, K. (2021). DIGITALISASI UMKM SEBAGAI SOLUSI BERTAHAN DIMASA KRISIS PANDEMI COVID-19. *PROSIDING SERINA*, 1(1), 1753–1762. <https://doi.org/10.24912/PSERINA.V1I1.17694>

*PEMANFAATAN INSTAGRAM SEBAGAI DIGITALMARKETING UMKM GUNA MEMBANTU PENINGKATANPENJUALAN UMKM* - *Fakultas Ekonomi Bisnis dan Teknologi Digital UNUSA*. (n.d.). Retrieved September 1, 2024, from <https://febtd.unusa.ac.id/pemanfaatan-instagram-sebagai-digitalmarketing-umkm-guna-membantu-peningkatanpenjualan-umkm/>

*Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023* - *GoodStats Data*. (n.d.-a). Retrieved September 1, 2024, from <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>

*Pengguna Instagram Berdasarkan Rentang Usia 2023* - *GoodStats Data*. (n.d.-b). Retrieved September 1, 2024, from <https://data.goodstats.id/statistic/pengguna-instagram-berdasarkan-rentang-usia-2023-MEdzz>

Prayogi, A., & Kirom, M. I. (2022). PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN DIGITALISASI UMKM MASYARAKAT DESA WONOYOSO PEKALONGAN MENGHADAPI ERA NEW NORMAL. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.52060/JPPM.V3I1.652>

Septianto, A., Muryanto, H., & Taufik, A. (2024). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Promosi Penjualan Online Di UMKM Desa Serdang Kulon. *Abdi Laksana : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 173–181. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAL/article/view/38501>

Subari, A. F., Ayunita, C. N., Setyaningrum, D. U., & Emilia, M. (n.d.). *PEMANFAATAN PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN UMKM BAKSO OJO LALI DI PONDOK JAYA*. 1(2).

*The 2023 State of Social Media.* (2023).

Wahyuni Purbohastuti Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, A. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212–231. <https://doi.org/10.35448/JTE.V12I2.4456>

Yanti, D., Prayogi, B., Pratiwi Panjaitan, A., Regina Br Bangun, D., Adrian Sibarani, P., Septy Vani Marbun, S., Anggina Sitinjak, S., Studi Destinasi Pariwisata, P., Kepariwisata, F., & Pariwisata Medan, P. (2023). PENGEMBANGAN DIGITALISASI UMKM SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PEMASARAN DI DESA WISATA HARIARA POHAN. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12777–12783. <https://doi.org/10.31004/CDJ.V4I6.23448>

## Lampiran

### 1. MOA

#### **MEMORANDUM OF AGREEMENT (MoA) PERJANJIAN KESEPAKATAN**

Di bawah ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam kesepakatan kerja sama:

Nama : Vincent Lianindra  
NIM : 915220148  
Jabatan : Perwakilan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat  
Alamat : Gg Mohammad Ali 4 dalam No.22, Galur, Jakarta Pusat  
No. Telp : 0898-8514-777

Selaku perwakilan Program Pengabdian Kepada Masyarakat, yang untuk selanjutnya akan disebut sebagai **PIHAK PERTAMA**.

Nama UMKM : Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal  
Bentuk Usaha : Kuliner  
Nama Pemilik : Jenal  
Alamat : Jalan Baladewa Kiri 1, Senen, Jakarta Pusat, Kota Jakarta  
No. Telp : 0838-9980-4172

Warung Makan Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal yang kemudian disebut sebagai **PIHAK KEDUA**.

Dengan ini kedua belah pihak menyatakan kesediannya untuk melakukan kerja sama dalam bentuk:

1. **PIHAK PERTAMA** diperbolehkan menjalani Kegiatan PKM berkaitan dengan aktivitas usaha **PIHAK KEDUA**
2. **PIHAK KEDUA** akan mendapat edukasi mendalam seputar digitalisasi melalui penggunaan sosial media, oleh **PIHAK PERTAMA**

Kesepakatan ini berlaku sejak tanggal ditandatangani **KEDUA PIHAK** sampai kurun waktu 2 bulan (9 September 2024 - 15 November 2024). Kedua belah pihak sepakat dan berkewajiban untuk melaksanakan kerjasama ini sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan **KEDUA PIHAK**. Segala sesuatu yang belum tertuang dalam surat ini akan selalu dibicarakan dan diselesaikan secara musyawarah diantara kedua belah pihak.

PIHAK PERTAMA



**Dr. Rezi Erdiansyah**  
Nim. 91522048

Jakarta, 9 September 2024

PIHAK KEDUA



**Jenal**



## 2. Foto Kegiatan

### 2.1 Foto Kegiatan 30 September 2024



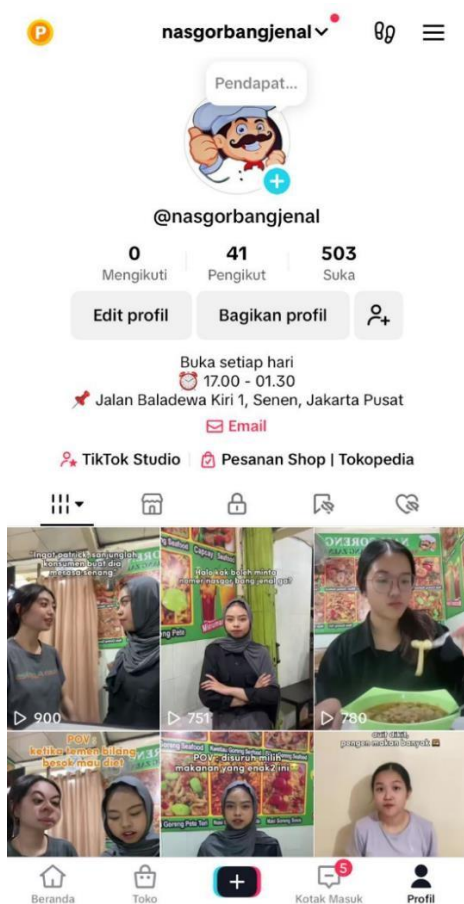
### 2.2 Foto bersama pemilik warung makan nasi goreng sedap malam Bang jenal 28 October 2024



### 3. Bukti SS Akun Instagram Bang Jenal



### 4. Bukti SS Akun Tiktok Bang Jenal



## 5. Bukti Link Video Luaran

<https://drive.google.com/file/d/1-3SbSKSg2uDyWONh8fvaY-t7Sii6OLw2/view?usp=drivesdk>

## 6. Bukti SS Artikel



**PORTAL INDONESIA**  
MENGUPAS BERITA SEPUTAR FAKTA

Beranda Nasional Berita Daerah Pendidikar

# Digitalisasi UMKM Melalui Instagram dan TikTok, Solusi Efektif Tingkatkan Daya Saing

Redaksi November 5, 2024

180



Gambar 1: UMKM Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal/Foto: Dok. Pribadi For Portal Indonesia

Kegiatan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara di Nasi Goreng Sedap Malam Bang Jenal yang beralamat di Jl. Baladewa Kiri 1, Galur, Senen, memberikan inisiatif digitalisasi UMKM. Kegiatan bertujuan meningkatkan visibilitas bisnis lokal melalui strategi pemasaran digital

AA portal-indonesia.com



## 7. Poster



Florence F.S. | Vincent L. | Mayshia Y. | Apriyani A. | Marshavina C.R.

# UMKM GO DIGITAL LEWAT SOSIAL MEDIA RAIH PELUANG TANPA BATAS!

### DEFINISI DIGITALISASI UMKM

Digitalisasi UMKM adalah proses penerapan teknologi digital pada operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut riset Kementerian Perdagangan, hanya terdapat 33,6% atau 22 juta digitalisasi UMKM dari total 65 juta UMKM, yang menunjukkan kurangnya kemampuan UMKM untuk memanfaatkan perkembangan teknologi.

### TUJUAN DIGITALISASI

Digitalisasi UMKM bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital. Melalui digitalisasi, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, mengoptimalkan operasional, membangun branding, serta meningkatkan akses terhadap calon pelanggan.

### CARA DIGITALISASI UMKM

- Buat Akun Bisnis**  
Pisahkan akun pribadi dan bisnis untuk lebih profesional.
- Manfaatkan Iklan Berbayar**  
Targetkan iklan langsung ke calon pelanggan potensial.
- Unggah Konten Menarik**  
Posting foto, video, dan promo yang relevan secara rutin.
- Gunakan Hashtag Populer**  
Jangkau audiens lebih luas dengan hashtag yang tepat.
- Interaksi dengan Pelanggan**  
Balas komentar dan DM untuk tingkatkan kepercayaan.

### KESIMPULAN

Penerapan digitalisasi secara efektif dapat memberikan dampak signifikan bagi pelaku usaha, terutama dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Digitalisasi dapat membantu bisnis apapun lebih dikenal oleh konsumen melalui platform online dan media sosial, sehingga mampu menarik lebih banyak calon konsumen.



**Saatnya UMKM-mu eksis! ✨**