

Pemanfaatan endorse dan hashtag untuk pemasaran produk menggunakan instagram pada umkm di kecamatan patuk kabupaten Gunung Kidul

Nurchayani Dewi Retnowati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20512832&lokasi=lokal>

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang berkembang di masyarakat dan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM tersebut tersebar di banyak daerah, tak terkecuali di Kecamatan Patuk Kabupaten Gunung Kidul dan bergerak di bidang produk dan jasa. Sampai saat ini, pemasaran produk yang dilakukan oleh para pelaku UMKM di Kecamatan Patuk adalah pemasaran konvensional yaitu pemasaran produk melalui relasi di lingkungan pelaku usaha. Sehingga sangat penting untuk dilakukan peningkatan pemasaran produk dengan menggunakan pemasaran online yang berbasis pada media sosial, salah satunya dengan menggunakan Instagram. Penggunaan Instagram sebagai media pemasaran juga membutuhkan adanya pemanfaatan endorse dan hashtag untuk lebih mengoptimalkan pemasaran. Oleh karena itu, UMKM di Kecamatan Patuk memerlukan pelatihan tentang bagaimana memanfaatkan Instagram sebagai strategi dalam memasarkan, khususnya tentang bagaimana memanfaatkan endorse dan hashtag sehingga diharapkan pemasaran menjadi lebih optimal dan tepat sasaran. Untuk memenuhi kebutuhan mitra (para pelaku UMKM) dilakukan pendampingan pemanfaatan endorse dan hashtag pada media sosial Instagram sebagai media pemasaran produk oleh pelaksana pengabdian kepada masyarakat yang merupakan Dosen Program Studi Teknik Informatika Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto. Pendampingan tersebut dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kecamatan Patuk dalam memanfaatkan endorse dan hashtag menggunakan Instagram sebagai salah satu upaya dalam meningkatkan pemasaran produk. Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa 10% peserta pengabdian belum dapat memanfaatkan Instagram secara optimal dikarenakan peserta tersebut hanya datang pada hari pertama saja, 20% peserta pengabdian sudah dapat memanfaatkan Instagram dengan baik namun belum optimal dalam menggunakan endorse dan hashtag, dan 70% peserta pengabdian sudah sangat optimal menggunakan Instagram dan memanfaatkan endorse dan hashtag.