



Pemanfaatan Instagram Insight Sebagai Tools Pengembangan Bisnis UMKM F&B Siap Saji

Dwi Puspita Anggraeni^{1*}

^{1*}Universitas Budi Luhur

Email Korespondensi: dwi.puspita@budiluhur.ac.id

Naskah Masuk Mei 2024	Naskah Direvisi Mei 2024	Naskah Diterima Mei 2024
--------------------------	-----------------------------	-----------------------------

Abstrak

Tujuan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah membantu "Catering Mama", sebuah UMKM di sektor makanan siap saji, dalam memanfaatkan Instagram Insight sebagai alat pengembangan bisnis. Meskipun "Catering Mama" telah aktif menggunakan Instagram untuk pemasaran, pemanfaatan data Instagram Insight belum optimal. Kegiatan ini melibatkan pelatihan dan transfer knowledge tentang analisis data Instagram Insight, meliputi demografi pengikut, waktu paling aktif, performa postingan, segmentasi pelanggan, waktu terbaik untuk memposting produk, dan jenis konten yang menarik bagi audiens. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan pemilik serta karyawan dalam menggunakan Instagram Insight, yang berdampak pada peningkatan jumlah pengikut, interaksi, dan penjualan. Hasil kegiatan menunjukkan pemanfaatan Instagram Insight dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

Kata Kunci: Instagram Insight, UMKM, pemasaran digital, analisis data

PENDAHULUAN

Salah satu sektor UMKM yang terus mengalami pertumbuhan adalah sektor Makanan dan Minuman (F&B), terutama usaha makanan siap saji. Namun, UMKM di sektor ini menghadapi kendala dalam meningkatkan pemasaran dan penjualan di tengah persaingan yang semakin ketat. "Catering Mama" merupakan salah satu UMKM F&B yang bergerak di bidang makanan siap saji. Usaha ini telah melayani berbagai kalangan, mulai dari masyarakat umum hingga perusahaan yang membutuhkan layanan katering harian. Meskipun memiliki basis pelanggan yang cukup loyal dan aktif menggunakan Instagram sebagai salah satu platform pemasaran, "Catering Mama" menyadari bahwa pemanfaatan data Instagram Insight belum optimal. Data yang tersedia di Instagram Insight seringkali tidak dimanfaatkan secara maksimal, sehingga strategi pemasaran yang dilakukan belum sepenuhnya berbasis data.

Instagram Insight adalah fitur analitik yang disediakan oleh Instagram untuk akun bisnis. Fitur ini memungkinkan pemilik usaha untuk melihat berbagai

data dan statistik yang berkaitan dengan interaksi pengguna terhadap konten yang diunggah (Anggraeni, 2023; Divya et al., 2023). Data yang disediakan mencakup informasi tentang demografi pengikut, waktu paling aktif, performa postingan, segmentasi pelanggan, waktu terbaik untuk memposting produk, dan jenis konten yang paling menarik bagi audiens (Gracela et al., 2022; Kettle, 2017). Dengan memanfaatkan Instagram Insight, UMKM seperti "Catering Mama" dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan efektif.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk membantu "Catering Mama" memanfaatkan Instagram Insight sebagai alat pengembangan bisnis. Dalam kegiatan ini, tim PKM akan memberikan pelatihan kepada pemilik dan karyawan "Catering Mama" tentang cara menggunakan Instagram Insight dan bagaimana menginterpretasikan data yang diperoleh untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih baik. Pelatihan ini akan mencakup kemampuan dalam menganalisis segmentasi pelanggan, menentukan waktu terbaik untuk memposting produk, dan mengidentifikasi jenis konten yang paling menarik bagi audiens (Barker et al., 2017; Mayasari & Indraswari, 2018; Wijaya et al., 2022). Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital yang efektif.

METODE

Kegiatan PKM ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang sistematis untuk memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan baik. Metode kegiatan difokuskan pada transfer knowledge (Meinarni et al., 2023; Wiguna et al., 2023) tentang analisis data Instagram Insight yang meliputi demografi pengikut, waktu paling aktif, performa postingan, segmentasi pelanggan, waktu terbaik untuk memposting produk, dan jenis konten yang paling menarik bagi audiens. Pertama, tim PKM akan melakukan koordinasi awal dengan pemilik "Catering Mama" untuk menjelaskan tujuan dan rencana kegiatan. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data awal mengenai profil usaha, target pasar, dan strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh "Catering Mama". Berdasarkan data tersebut, tim menyusun materi pelatihan dan modul penggunaan Instagram Insight.

Pada tahap pelatihan dan transfer knowledge, kegiatan dimulai dengan pelatihan dasar tentang media sosial dan pemasaran digital untuk UMKM, termasuk menjelaskan peran Instagram Insight sebagai alat analisis data untuk meningkatkan strategi pemasaran. Pelatihan dilanjutkan dengan analisis demografi pengikut, di mana peserta diajarkan cara mengakses data demografi melalui Instagram Insight dan menginterpretasikan data seperti usia, jenis kelamin, lokasi, dan minat pengikut. Kemudian, peserta akan diajarkan cara menemukan waktu paling aktif pengikut di Instagram, serta diberikan panduan untuk menentukan waktu terbaik memposting konten guna meningkatkan engagement.

Selain itu, evaluasi performa postingan juga menjadi fokus pelatihan, dengan menunjukkan cara mengevaluasi performa setiap postingan menggunakan metrik seperti likes, comments, shares, dan saves, serta membantu peserta memahami bagaimana data ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten di masa depan. Teknik segmentasi pelanggan juga diajarkan, berdasarkan data interaksi dan preferensi pengikut, untuk membantu peserta menyusun strategi pemasaran yang lebih personal dan tepat sasaran. Penentuan waktu terbaik untuk memposting produk dilakukan dengan menggunakan data dari Instagram Insight, memberikan contoh praktis dari hasil analisis yang diterapkan pada "Catering Mama". Terakhir, identifikasi jenis konten yang menarik dianalisis untuk mengetahui jenis konten (gambar, video, stories) yang paling diminati oleh pengikut, serta melatih peserta dalam membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens mereka.

HASIL

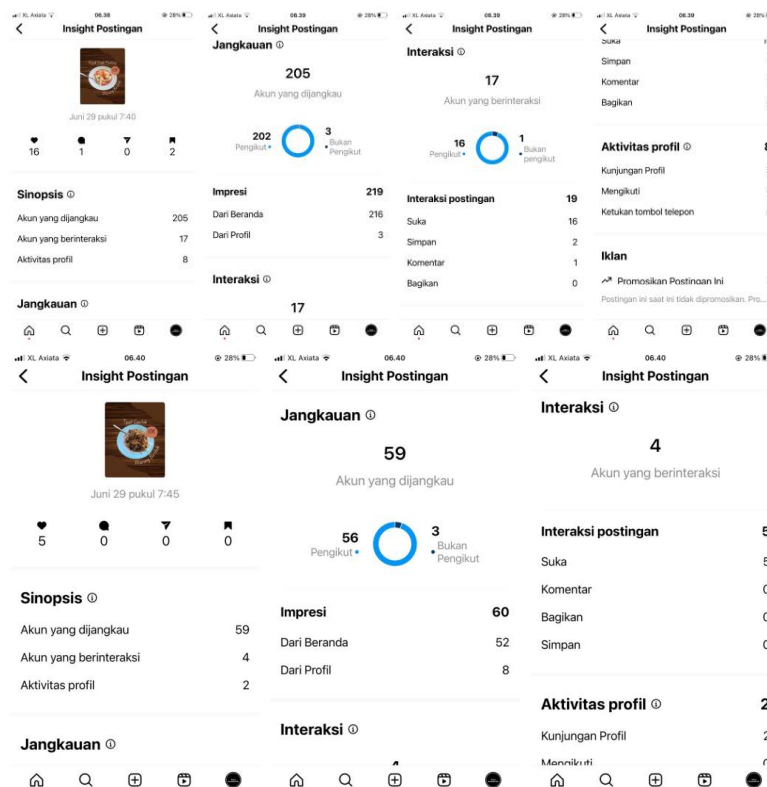
Hasil dari kegiatan PKM ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pemilik serta karyawan "Catering Mama" dalam memanfaatkan Instagram Insight untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Berdasarkan tahapan yang telah direncanakan, berikut adalah beberapa hasil yang dicapai selama pelaksanaan kegiatan:

Pada tahap persiapan dan perencanaan, tim PKM berhasil mengumpulkan data awal yang komprehensif mengenai profil usaha, target pasar, dan strategi pemasaran yang saat ini digunakan oleh "Catering Mama". Data ini menjadi dasar untuk menyusun materi pelatihan dan modul

penggunaan Instagram Insight yang sesuai dengan kebutuhan spesifik "Catering Mama". Koordinasi awal dengan pemilik juga berjalan lancar, dengan pemahaman yang jelas tentang tujuan dan rencana kegiatan.

Selama tahap pelatihan dan transfer knowledge, peserta menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam memahami dan menggunakan berbagai fitur Instagram Insight. Pertama, pelatihan dasar tentang media sosial dan pemasaran digital memberikan fondasi yang kuat tentang pentingnya media sosial dalam pemasaran UMKM dan peran Instagram Insight sebagai alat analisis data.

Pada sesi analisis demografi pengikut, peserta mampu mengakses dan menginterpretasikan data demografi dengan baik. Mereka dapat memahami usia, jenis kelamin, lokasi, dan minat pengikut, yang membantu dalam menyusun konten yang lebih relevan. Identifikasi waktu paling aktif pengikut di Instagram juga berjalan sukses. Peserta dapat menentukan waktu terbaik untuk memposting konten, yang berdampak pada peningkatan engagement.

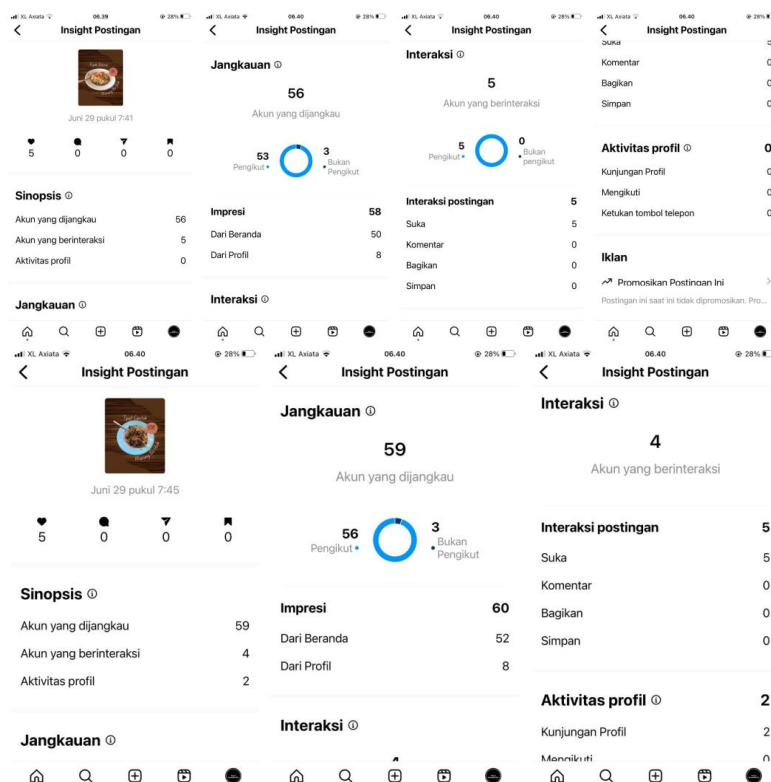


Gambar 1. Grafik Insight dari Produk UMKM

Pada gambar diatas adalah postingan dari produk rujak, terlihat dimana insight dari postingan produk rujak ini mendapatkan 205 yang dijangkau, 17 akun yang berinteraksi, dan 8 aktifitas profil. Evaluasi performa

postingan menjadi salah satu bagian yang paling diapresiasi oleh peserta. Mereka belajar mengevaluasi performa setiap postingan menggunakan metrik seperti likes, comments, shares, dan saves, serta memahami bagaimana data ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas konten di masa depan. Segmentasi pelanggan berdasarkan data interaksi dan preferensi pengikut membantu peserta dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih personal dan tepat sasaran.

Penentuan waktu terbaik untuk memposting produk juga berhasil diimplementasikan. Dengan menggunakan data dari Instagram Insight, "Catering Mama" dapat menentukan waktu optimal untuk memposting konten promosi produk, yang berdampak pada peningkatan interaksi dan pesanan. Identifikasi jenis konten yang menarik juga memberikan wawasan berharga bagi peserta. Mereka dapat mengidentifikasi jenis konten (gambar, video, stories) yang paling diminati oleh pengikut dan melatih peserta dalam membuat konten yang menarik dan relevan untuk audiens mereka.



Gambar 2. Grafik Insight Waktu Posting Produk UMKM

Pada gambar diatas adalah postingan dari produk rujak, terlihat dimana insight dari postingan produk rujak ini hanya mendapatkan 56-59 yang dijangkau, 5 akun yang berinteraksi, dan tidak ada aktifitas profil.

Secara keseluruhan, pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam kegiatan PKM ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan "Catering Mama" dalam memanfaatkan Instagram Insight. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan jumlah pengikut, interaksi, dan penjualan, serta efisiensi dalam penggunaan anggaran pemasaran. Kegiatan ini membuktikan bahwa penggunaan Instagram Insight dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan bertujuan untuk membantu "Catering Mama" memanfaatkan Instagram Insight sebagai alat pengembangan bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pemilik serta karyawan dalam menggunakan fitur Instagram Insight untuk menganalisis data demografi pengikut, waktu paling aktif, performa postingan, segmentasi pelanggan, waktu terbaik untuk memposting produk, dan jenis konten yang paling menarik bagi audiens. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah berdampak positif pada peningkatan jumlah pengikut, interaksi, dan penjualan, serta efisiensi dalam penggunaan anggaran pemasaran. Keberhasilan ini membuktikan bahwa pemanfaatan Instagram Insight dapat menjadi solusi efektif bagi UMKM dalam menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Diharapkan kegiatan serupa dapat diimplementasikan pada UMKM lain di berbagai daerah untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran digital yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, D. P. (2023). Assistance in Utilizing Instagram Insight in Evaluating Customer Characteristics and Preferences in MSMEs. *Abdimas Paspama*, 2(1), 29–34.

- Barker, M. S., Barker, D., Bormann, N. F., Neher, K. E., & Zahay, D. (2017). *Social media marketing: A strategic approach*. South-Western Cengage Learning Mason, OH.
- Divya, B., Mehta, M., & Rayi, L. P. (2023). Use of instagram insights for increasing overall reach and engagement. *AIP Conference Proceedings*, 2869(1).
- Gracela, A., Cerlita, V. N., & Zulfannullah, Z. (2022). Pengaruh Insight Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Produk Online. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 6(2).
- Kettle, M. (2017). Insight: Instagram: how to make it work for you. *PS Post Script*, Nov 2017, 50–53.
- Mayasari, S., & Indraswari, C. (2018). Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 190–196.
- Meinarni, N. P. S., Mutiarani, R. A., Aristamy, I. G. A. A. M., Amelia, N., Putra, I. W. Y. W., Putra, I. K. D. M., & Swardana, I. M. A. (2023). Strategi Kreatif Untuk Meningkatkan Penjualan Madu UMKM Raya Honey Sibetan Melalui Re-Packaging. *Journal of Social Work and Empowerment*, 3(1), 19–28.
- 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).
- Wijaya, B. K., Sudipa, I. G. I., Waas, D. V., & Santika, P. P. (2022). Selection of Online Sales Platforms for MSMEs using the OCRA Method with ROC Weighting. *Journal of Intelligent Decision Support System (IDSS)*, 5(4), 146–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/idss.v5i4>