

Peningkatan Visibilitas Produk UMKM melalui Pendampingan Branding Digital pada UD. Kerta Rahayu

Happy Budyana Sari¹, Putu Satria Udyana², I Putu Agus Eka Darma Udayana³, Ni Putu Suci Meinarni^{4*}

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

*sucimeinarni@instiki.ac.id

INFO ARTIKEL

Article history:
Received Juni 2026
Published Juni 2026

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian daerah, namun masih banyak pelaku usaha yang menghadapi kendala dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran produk. Salah satu UMKM yang mengalami kondisi tersebut adalah UD. Kerta Rahayu yang bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Permasalahan utama yang dihadapi mitra meliputi keterbatasan branding digital, belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, serta rendahnya visibilitas produk di pasar digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan visibilitas produk melalui pendampingan branding digital berbasis media sosial. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan identifikasi masalah, pelatihan dan pendampingan pembuatan konten digital, optimalisasi akun Instagram Business, integrasi media sosial dengan Facebook, pembuatan Linktree sebagai pusat informasi digital, serta evaluasi hasil kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra telah memiliki akun Instagram Business yang aktif, konten promosi digital yang lebih terstruktur, integrasi platform media sosial yang mendukung perluasan jangkauan pemasaran, serta Linktree yang memudahkan pelanggan mengakses informasi produk dan layanan. Implementasi teknologi digital sederhana terbukti membantu meningkatkan profesionalisme identitas usaha dan memperkuat kehadiran digital UMKM. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan branding digital dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Branding Digital, Instagram Business, Media Sosial, UMKM, Visibilitas Produk

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting regional economic development. However, many businesses still face challenges in utilizing digital technology for product marketing. One of these businesses is UD. Kerta Rahayu, an agricultural processing MSME located in Petang District, Badung Regency, Bali. The main challenges faced by the partner include limited digital branding,

suboptimal use of social media as a promotional platform, and low product visibility in the digital market. This community service program aimed to improve product visibility through digital branding assistance based on social media utilization. The implementation method consisted of problem identification, training and mentoring in digital content creation, Instagram Business optimization, social media integration with Facebook, Linktree development as a digital information hub, and activity evaluation. The results showed that the partner successfully established an active Instagram Business account, developed more structured promotional content, integrated social media platforms to expand marketing reach, and implemented Linktree to facilitate customer access to product and service information. The implementation of simple digital technologies contributed to improving business professionalism and strengthening the digital presence of the MSME. This activity demonstrates that digital branding assistance can be an effective strategy for enhancing product visibility and supporting sustainable MSME digital transformation.

Keywords: Digital Branding, Instagram Business, MSME, Product Visibility, Social Media

©2026 Authors. Licensed Under [CC-BY-NC-SA 4.0](#)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Selain berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, UMKM juga menjadi penggerak utama aktivitas ekonomi masyarakat di berbagai daerah. Namun demikian, perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi agar tetap kompetitif di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada teknologi informasi.

Digitalisasi telah mengubah cara konsumen mencari informasi, membandingkan produk, hingga melakukan transaksi. Oleh karena itu, kehadiran digital melalui media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan pemasaran produk UMKM. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga menjadi media komunikasi antara pelaku usaha dan pelanggan yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk.

UD. Kerta Rahayu merupakan UMKM yang bergerak di bidang pengolahan hasil pertanian seperti selip padi, kopi, jagung, dan komoditas pertanian lainnya yang berlokasi di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Usaha yang telah berdiri sejak tahun 2005 ini masih mengandalkan metode pemasaran konvensional sehingga jangkauan pemasaran produk relatif terbatas. Selain itu, pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding digital belum dilakukan secara optimal sehingga visibilitas produk di ruang digital masih rendah.

Berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan mitra, ditemukan bahwa usaha belum memiliki strategi branding digital yang terstruktur. Akun media sosial yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Kondisi ini menyebabkan produk kurang dikenal oleh konsumen yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan branding digital yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk UMKM melalui optimalisasi Instagram Business, pengembangan konten promosi digital, integrasi media sosial dengan Facebook, serta pembuatan Linktree sebagai pusat informasi digital usaha.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di UD. Kerta Rahayu yang berlokasi di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung, Bali. Metode pelaksanaan dilakukan secara partisipatif melalui tahapan identifikasi permasalahan, pelatihan, pendampingan, implementasi, dan evaluasi. Pada tahap identifikasi, tim melakukan observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui kondisi pemasaran, pemanfaatan media digital, serta kebutuhan pengembangan usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mitra masih menghadapi keterbatasan dalam branding digital dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk.



Gambar 1. Kerangka Pelaksanaan Pendampingan Branding Digital untuk Peningkatan Visibilitas Produk UMKM

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim melaksanakan pendampingan branding digital melalui optimalisasi akun Instagram Business, pembuatan konten promosi digital, integrasi akun Instagram dengan Facebook, serta pembuatan Linktree sebagai pusat informasi digital usaha. Selanjutnya, mitra didampingi dalam mengimplementasikan seluruh sarana digital yang telah dikembangkan. Evaluasi dilakukan dengan mengamati kemampuan mitra dalam mengelola media sosial, memanfaatkan fitur digital yang tersedia, serta mengukur ketercapaian luaran kegiatan berupa terbentuknya identitas digital usaha yang lebih profesional dan mudah diakses oleh pelanggan.

Setiap gambar harus jelas dan tidak buram dalam format JPEG atau PNG. Contoh Gambar disediakan di bawah ini:

3. Hasil dan Pembahasan

a. Optimalisasi Akun Instagram Business

Salah satu kegiatan utama dalam program pengabdian ini adalah optimalisasi media sosial sebagai sarana branding digital UMKM. Sebelum kegiatan dilaksanakan, UD. Kerta Rahayu belum memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai media promosi dan komunikasi dengan pelanggan. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai produk dan layanan usaha sulit diakses oleh calon konsumen di luar wilayah pemasaran konvensional.

Melalui kegiatan pendampingan, tim membantu mitra dalam melakukan pengelolaan akun Instagram Business, meliputi penyusunan profil usaha, penambahan informasi kontak, serta penguatan identitas visual akun. Penggunaan akun bisnis memberikan berbagai keuntungan, seperti kemudahan pengelolaan informasi usaha, peningkatan kredibilitas bisnis, dan akses terhadap fitur pendukung pemasaran digital.



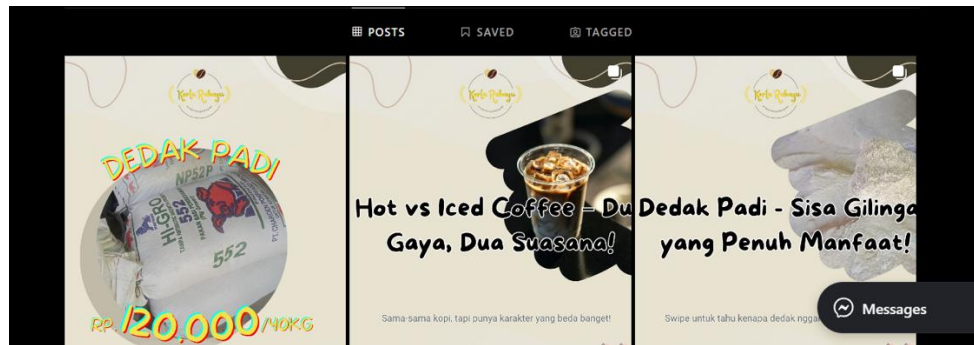
Gambar 2. Optimalisasi Akun Instagram Business UD. Kerta Rahayu
Sumber: Penulis, 2026

Hasil implementasi menunjukkan bahwa akun Instagram Business berhasil digunakan sebagai media komunikasi dan promosi yang lebih profesional. Informasi usaha menjadi lebih mudah ditemukan oleh pelanggan, sementara identitas digital UMKM menjadi lebih jelas dan terstruktur.

b. Pengembangan Konten Promosi Digital

Selain optimalisasi akun media sosial, kegiatan pengabdian juga difokuskan pada pengembangan konten promosi digital. Tim melakukan pendampingan dalam pembuatan desain konten menggunakan platform Canva dengan memperhatikan konsistensi visual, pemilihan warna, tata letak informasi, dan penggunaan bahasa promosi yang mudah dipahami oleh konsumen.

Konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada promosi produk, tetapi juga memuat informasi edukatif mengenai manfaat produk pertanian yang dipasarkan oleh mitra. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 3. Implementasi Konten Promosi Digital pada Instagram UD. Kerta Rahayu
Sumber: Penulis, 2026

Keberadaan konten promosi yang konsisten memberikan manfaat dalam meningkatkan profesionalisme tampilan akun media sosial. Selain itu, konten yang terstruktur memudahkan mitra dalam melakukan promosi secara berkelanjutan tanpa harus memulai proses desain dari awal setiap kali akan membuat materi promosi baru.

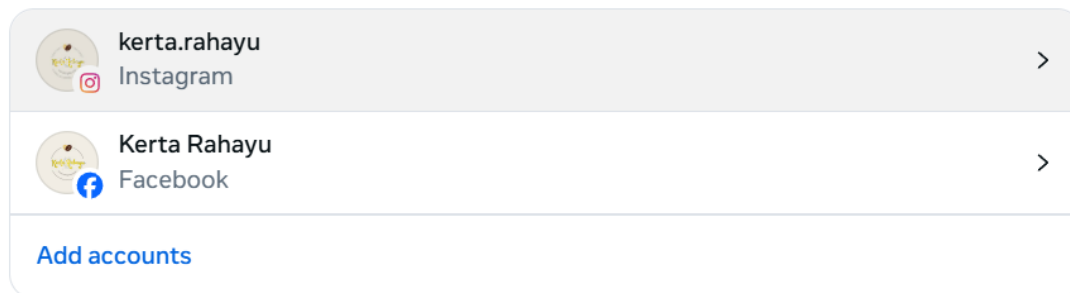
c. Integrasi Instagram dan Facebook

Untuk memperluas jangkauan pemasaran digital, tim juga melakukan integrasi akun Instagram dengan Facebook melalui Meta Business. Integrasi ini memungkinkan konten yang dipublikasikan pada Instagram dapat terhubung dengan platform Facebook sehingga potensi jangkauan audiens menjadi lebih luas.

Pemanfaatan ekosistem Meta memberikan keuntungan berupa efisiensi pengelolaan media sosial karena aktivitas promosi dapat dilakukan secara terpusat. Selain itu, integrasi platform juga membuka peluang pemanfaatan fitur pemasaran digital yang lebih beragam pada masa mendatang.

Profiles

Manage your profile info, and use the same info across Facebook, Instagram and Meta Horizon. Add more profiles by adding your accounts. [Learn more](#)



Gambar 4. Integrasi Akun Instagram dan Facebook melalui Meta Business
Sumber: Penulis, 2026

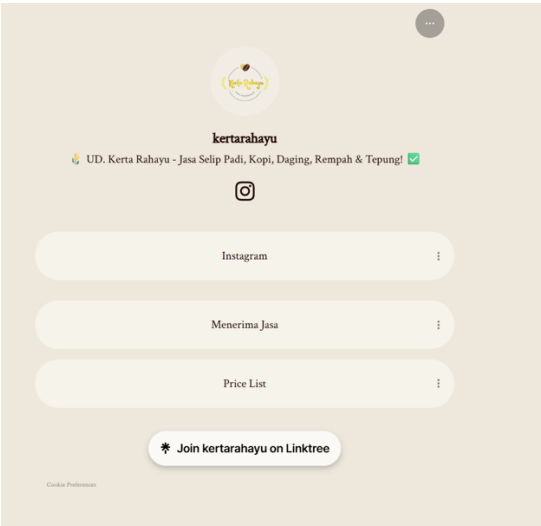
Hasil kegiatan menunjukkan bahwa akun Instagram dan Facebook berhasil terhubung dalam satu sistem pengelolaan. Kondisi ini menjadi langkah awal yang penting dalam membangun ekosistem pemasaran digital yang lebih terintegrasi bagi UMKM.

d. Implementasi Linktree sebagai Pusat Informasi Digital

Salah satu luaran tambahan yang dihasilkan dalam kegiatan ini adalah pembuatan Linktree sebagai pusat informasi digital usaha. Linktree berfungsi sebagai halaman

penghubung yang mengintegrasikan berbagai informasi penting usaha ke dalam satu tautan yang mudah diakses oleh pelanggan.

Melalui Linktree, pelanggan dapat mengakses akun Instagram, informasi layanan usaha, dan daftar harga produk secara lebih praktis. Penerapan Linktree juga membantu mengatasi keterbatasan media sosial yang hanya menyediakan satu tautan pada bagian profil akun.



Gambar 5. Implementasi Linktree sebagai Pusat Informasi Digital UD. Kerta Rahayu
Sumber: Penulis, 2026

Keberadaan Linktree memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan tanpa harus melakukan pencarian secara terpisah. Dari sisi mitra, penggunaan Linktree membantu menyajikan informasi usaha secara lebih profesional dan terorganisir.

e. Dampak Pendampingan terhadap Visibilitas Produk UMKM

Pendampingan branding digital yang dilakukan memberikan perubahan positif terhadap kesiapan digital UMKM UD. Kerta Rahayu. Sebelum kegiatan dilaksanakan, promosi usaha masih dilakukan secara konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Setelah kegiatan selesai, mitra telah memiliki identitas digital yang lebih profesional melalui akun Instagram Business, konten promosi digital yang terstruktur, integrasi media sosial, serta pusat informasi digital berbasis Linktree.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Pendampingan

Aspek	Sebelum	Sesudah
Instagram Business	Belum optimal	Aktif dan terkelola
Konten Promosi	Terbatas	Tersedia konten digital
Integrasi Media Sosial	Belum ada	Instagram dan Facebook terhubung
Link Informasi Digital	Belum tersedia	Linktree aktif
Visibilitas Produk	Terbatas	Lebih mudah diakses pelanggan

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital sederhana dapat menjadi solusi yang efektif bagi UMKM dalam meningkatkan visibilitas produk dan memperkuat identitas usaha di era digital. Pendampingan yang dilakukan tidak hanya menghasilkan luaran berupa media digital, tetapi juga meningkatkan pemahaman mitra

mengenai pentingnya pemasaran berbasis teknologi sebagai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada UMKM UD. Kerta Rahayu berhasil mendukung peningkatan visibilitas produk melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana branding dan promosi usaha. Pendampingan yang dilakukan mencakup optimalisasi akun Instagram Business, pengembangan konten promosi digital, integrasi akun Instagram dengan Facebook, serta pembuatan Linktree sebagai pusat informasi digital usaha. Seluruh luaran tersebut berhasil diimplementasikan dan dapat digunakan secara langsung oleh mitra dalam kegiatan usaha sehari-hari. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital sederhana mampu membantu UMKM membangun identitas usaha yang lebih profesional, memperluas akses informasi bagi pelanggan, serta meningkatkan kesiapan mitra dalam memanfaatkan media digital untuk kegiatan pemasaran. Selain menghasilkan sarana promosi digital yang lebih terstruktur, kegiatan ini juga meningkatkan pemahaman mitra mengenai pentingnya transformasi digital sebagai upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di era digital. Oleh karena itu, pendampingan branding digital dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mendukung pengembangan UMKM, khususnya bagi usaha yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI) atas dukungan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program Project Citizen. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemilik dan seluruh pihak di UD. Kerta Rahayu yang telah berpartisipasi aktif selama proses pendampingan berlangsung sehingga seluruh kegiatan dapat terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan.

Daftar Pustaka

- M. Porter and J. Heppelmann, "How Smart, Connected Products Are Transforming Competition," *Harvard Business Review*, vol. 92, no. 11, pp. 64–88, 2014.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, "Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal," Jakarta, Indonesia, 2023.
- H. A. Simon, *The Sciences of the Artificial*, 3rd ed. Cambridge, MA, USA: MIT Press, 1996.
- [13] D. Chaffey, P. R. Smith, and P. Smith, *eMarketing eXcellence: Planning and Optimizing Your Digital Marketing*, 6th ed. London, UK: Routledge, 2022.
- N. Wahyuni and M. F. Hidayat, "Peningkatan Literasi Keuangan UMKM melalui Pemanfaatan Aplikasi Digital," *Jurnal Pengabdian Nasional*, vol. 5, no. 2, pp. 98–106, 2024.
- United Nations, "Digital Economy Report 2024," United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Geneva, Switzerland, 2024.