

## Ketrampilan Pemasaran Digital Melalui Instagram Bagi Pelaku Usaha Souvenir Desa Pindaraya Kecamatan Simanindo Samosir

**Romindo M Pasaribu<sup>1</sup>, Vinsensius Matondang<sup>2</sup>, Marco Sinaga<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen, Medan

<sup>2</sup>Program Studi Pemasaran Internasional, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia, Medan

Email: <sup>1</sup>romindo.pasaribu@uhn.ac.id, <sup>2</sup>vinsensius.matondang@wbi.ac.id,

<sup>3</sup>marco.sinaga@studentuhn.ac.id

### Abstrak

Kabupaten Samosir memiliki potensi dalam pengembangan industri kreatif kerajinan tangan seperti tenun ulos, anyaman pandan, enceng gondok, ukiran, pahat batu, gerabah, kerajinan bamboo, sablon, dan kuliner khas Samosir seperti kacang rondam dan kopis losung. Produk kerajinan ini merupakan kearifan budaya lokal dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Pemasaran melalui media sosial seperti Instagram dan internet dapat membantu pelaku usaha souvenir di desa Pindaraya dalam menjangkau pasar yang lebih luas hingga keluar negeri. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memotivasi pelaku usaha souvenir khas Samosir dalam menfaatkan media sosial dan internet sebagai media untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan serta melestarikan budaya lokal Samosir ke pasar yang lebih luas. Hasil dari kegiatan ini adalah antusias pelaku usaha souvenir khas Samosir sangat tinggi dan memiliki komitmen untuk menggunakan media sosial Instagram yang dimiliki sebagai alat promosi pemasaran. Lebih memanfaatkan internet untuk mencari peluang-peluang pemasaran yang selama ini belum mereka kenali dan gunakan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang saat ini sangat banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Souvenir, Instagram

### Abstract

*Samosir Regency has potential in developing creative handicraft industries such as ulos weaving, woven pandanus, water hyacinth, carving, stone carving, pottery, bamboo crafts, screen printing, and Samosir specialties such as rondam beans and kopis losung. These handicraft products are local cultural wisdom and have high cultural values. Marketing through social media such as Instagram and the internet can help souvenir businesses in Pindaraya village to reach a wider market and even abroad. The purpose of this activity is to motivate Samosir souvenir business actors to use social media and the internet as a medium to promote their products and preserve Samosir's local culture to a wider market. The result of this activity is that the enthusiasm of the Samosir souvenir business is very high and has a commitment to using their Instagram social media as a marketing promotion tool. More use of the internet to look for marketing opportunities that they have not recognized and used. Instagram is one of the social media that is currently very much in demand by the people of Indonesia.*

**Keywords:** Social Media, Souvenirs, Instagram

### PENDAHULUAN

Kabupaten Samosir menjadi salah satu tujuan wisata di Sumatera Utara, yang tertuang dalam Peraturan Daerah (Perda) Kab Samosir No. 4 Tahun 2011, mengenai Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) 2011-2015. Visi dari Kabupaten Samosir adalah Samosir Menjadi Daerah Tujuan Wisata Lingkungan Yang Inovatif Tahun 2015, sehingga harus dikelola dengan cara terintegrasi oleh semua unsur yang ada. Sebagai salah satu Kawasan wisata Kabupaten Samosir membutuhkan dukungan dari semua sektor pariwisata terutama pada sektor Industri Kecil dan Menengah (IKM). Potensi

pengembangan industri kreatif yang ada di Kabupaten Samosir antara lain tenun ulos, anyaman pandan dan enceng gondok, ukiran, pahat batu, gerabah, kerajinan bamboo, sablon, kuliner khas Samosir seperti kacang rondam dan kopi losung. Produk-produk yang dihasilkan masyarakat merupakan sumber kearifan lokal dan memiliki nilai budaya yang tinggi.

Pemerintah Daerah Samosir melalui Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan dalam upaya meningkatkan kemampuan dan ilmu pengetahuan masyarakat melalui kegiatan pelatihan, pendampingan, magang atau studi banding, memberikan fasilitas permodalan atau sarana produksi seperti bantuan dana bergulir, bantuan dana produksi baik dana dari Pemerintah Pusat dan Daerah serta dari pihak-pihak lainnya. Akan tetapi, upaya yang dilakukan masih belum menjangkau dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh pelaku IKM di Samosir khususnya pelaku usaha souvenir di desa Pindaraya.

Pada saat melakukan kunjungan pertama ke desa Pindaraya dan berdiskusi dengan pelaku usaha bahwa pelaku usaha mengalami beberapa hambatan yang menyebabkan pelaku usaha souvenir sulit untuk berkembang. Salah satunya adalah dampak Covid-19 yang menyebabkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Samosir berkurang. Dengan berkurang jumlah wisatawan ke Samosir secara langsung berdampak pada kesejahteraan masyarakat desa Pindaraya yang bergantung pada wisatawan yang berkunjung untuk membeli produk-produk yang mereka hasilkan atau tawarkan. Selain dari itu, pelaku usaha souvenir juga masih banyak yang belum memanfaatkan media sosial yang mereka miliki sebagai alat promosi pemasaran. Hal ini karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki dalam mengelola dan menjalankan media sosial dan internet sebagai alat media pemasaran. Berikut beberapa produk souvernir dari Desa Siallagan Pindaraya Kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir.



**Gambar 1.** Produk Kerajinan Tangan Berupa Ukiran Rumah Adat Batak Yang Terbuat Dari Kayu



**Gambar 2.** Produk Kerajinan Tangan Mulai Dari Tas, Aksesoris dan lain-lain Yang Memiliki Ciri Khas Samosir



**Gambar 3.** Kopi Losung ciri khas Samosir

Pemasaran melalui media sosial atau internet merupakan salah satu media yang memiliki potensi yang sangat besar untuk pelaku usaha dalam memasarkan produk dan jasanya kepada calon pelanggan tanpa mengenal batas dan memiliki peluang yang besar untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Media sosial diartikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang menciptakan fondasi ideologi yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content* (Stockdale et al., 2012). Aplikasi media sosial yang tersedia saat ini mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu antara satu individu dengan individu yang lainnya. Strategi pemasaran digital berpengaruh hingga 78% terhadap keunggulan bersaing dalam memasarkan produk dan jasa (Wardhana, 2015). Perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital yang tidak diimbangi dengan keberadaan masyarakat dalam menggunakan pemasaran digital. Hal ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mampu memacu perekonomian negara. Pertumbuhan angka pengguna internet merupakan potensi besar untuk memanfaatkan platform penjualan melalui media internet bagi masyarakat. Dengan demikian, masyarakat dapat melakukan perluasan usaha hanya melalui kegiatan *offline* dan *online*.

Media promosi pemasaran digital diharapkan mampu menjadi pilihan yang efektif dalam mengembangkan usaha dan menjangkai pasar nasional maupun luar negeri. Media promosi secara konvensional banyak membutuhkan biaya dan jauh lebih rumit. Pelaku usaha souvenir khas Samosir dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital karena biaya yang murah dan tidak perlu memiliki keahlian khusus dalam melakukan insiasi awal. Pemasaran secara digital merupakan salah satu cara pemasaran yang menjadi pertimbangan penting bagi pelaku usaha IKM karena dapat dilakukan secara luas dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas (Nurani et al., 2021), secara khusus dapat menjangkau wilayah geografis yang berada di tempat-tempat yang jauh dan sulit untuk dijangkau. Sistem pemasaran secara digital dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha dengan mengingat banyaknya jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya. Para pelaku UKM dapat memaksimalkan penggunaan pemasaran digital diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan laba. Untuk dapat bertahan ditengah pandemic dan pasca pandemic ini para pelaku UKM dapat menyiasati dengan mulai fokus pada pemasaran digital melalui media sosial, *e-commerce*, *website*, dan *search engine* (Wella & Chairy, 2020).

Media sosial memiliki peluang yang sangat besar untuk membantu pelaku UKM dalam memasarkan produknya (Stelzner. M.A, 2018). Aplikasi media sosial yang tersedia mulai dari pesan singkat sampai jejaring sosial yang menawarkan penggunaan untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain. Minimnya pengetahuan masyarakat pelaku usaha souvenir khas Samosir didesa Pindaraya kecamatan Simanindo Kabupaten Samosir menginspirasi penulis untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan pengabdian dilakukan dengan memberikan ketrampilan menggunakan media sosial seperti Instagram dan memanfaatkan teknologi internet. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada

masyarakat ini adalah (1) untuk memberikan motivasi bagi pelaku usaha souvenir untuk menggunakan media sosial Instagram sebagai media pemasaran atau promosi secara digital, (2) untuk menambah ketrampilan ketrampilan pemasaran digital melalui instagram bagi pelaku usaha souvenir, 3) untuk meningkatkan semangat berwirausaha bagi pelaku usaha souvenir dan (4) menambah penghasilan atau pendapatan keluarga pelaku usaha souvenir

## METODE

Kegiatan pengabdian ini diawali dari mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen yang melakukan kuliah praktik dan pengabdian masyarakat (KPPM) di desa Pindaraya Kabupaten Samosir. Setelah 3 bulan melakukan KPPM didesa tersebut mahasiswa melihat adanya kekurangan dalam hal mempromosikan produk souvenir yang dijual oleh masyarakat desa secara online. Selama ini masyarakat hanya memanfaatkan wisatawan yang datang berkunjung untuk membeli produk-produk souvernir. Akhirnya, mahasiswa melakukan diskusi dengan Program Studi Manajemen dan pelaku usaha untuk membuat kegiatan pengabdian yang nantinya akan dapat membantu masyarakat dalam menggunakan internet sebagai media pemasaran digital.

Kemudian dilakukan pertemuan dan diskusi dengan Perangkat Desa dan Pelaku usaha Produk Souvenir. Pertemuan pertama membahas mengenai materi yang akan disampaikan pada acara pengabdian dan apa saja yang diperlukan untuk mendukung terlaksananya pengabdian masyarakat ini serta menentukan tanggal dan waktu untuk melaksanakannya. Pertemuan kedua dilakukan dengan Kepala Desa, Perangkat Desa, Perwakilan Pelaku Usaha, dan Mahasiswa mengenai materi pengabdian masyarakat, waktu dan tanggal pelaksanaan, dan meminta persetujuan dari Kepala Desa agar pengabdian ini dapat dikantor Kepala Desa Pindaraya. Setelah adanya kesepakatan antara Kepala Desa, Perangkat Desa, Perwakilan Pelaku Usaha, dan Mahasiswa selanjutnya ditentukanlah hari dan tanggal untuk melaksanakan pengabdian masyarakat yaitu pada hari/tanggal: Kamis/25 Mei 2022 dikantor Kepala Desa Pindaraya, pukul 09:00 – Selesai. Membuat laporan hasil pengabdian ke Program Studi Manajemen untuk seterusnya di lanjutkan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen Medan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram (IG) merupakan sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk si pemilik IG tersebut. IG dapat digunakan pada iPhone, iPad atau iPod Touch dengan versi apapun dengan sistem iOS 7.0 atau yang terbaru, telepon genggam Android dan Windows Phone 8 yang dapat diunduh melalui App Store dan Google Play. Fitur-fitur yang terdapat pada IG, antara lain:

1. Pengikut, pengikut menjadi salah satu unsur terpenting dan jumlah tanda suka para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto dan video tersebut dapat menjadi popular atau tidak.
2. Mengunggah Foto, Ig sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya.
3. Efek Foto, terdapat penyuntingan tiltShift yang fungsinya sama dengan efek kamera melalui IG, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto dan sekelilingnya menjadi buram.
4. Judul foto, foto akan dibawa kehalaman selanjutnya, dan foto tersebut akan diunggah ke IG ataupun jejaring sosial lainnya.
5. Arroba, fitur yang dapat digunakan penggunanya untuk menyebutkan pengguna lainnya dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun IG yang lain.
6. Label foto, sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci.
7. Perlombaan, perlombaan yang diadakan melalui IG tidak hanya memberikan hadiah tetapi juga menjadi pemenang akan lebih dikenal dalam dunia IG oleh pengguna lainnya.
8. Publikasi kegiatan sosial, menjadi salah satu promosi yang baik dalam menyampaikan sebuah kegiatan, contohnya, seperti label '#'.
9. Publikasi organisasi, banyak organisasi-organisasi yang melakukan publikasi produk mereka dengan menggunakan IG, seperti Starbucks, Levi's dan lain-lain.
10. Geotagging, adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto.
11. Jejaring Sosial, dalam berbagai foto para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya dalam IG saja, melainkan dapat membaginya pada jejaring media sosial yang lain seperti facebook, Twitter, Foursquare, dan lain-lain.

12. Tanda suka, dengan durasi waktu dan jumlah suka pada sebuah foto di IG, hal ini menjadi faktur khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.
13. Populer, foto-foto yang berada dihalaman popular tersebut tidak akan seterusnya berada dihalaman tersebut, dan akan berganti dengan foto-foto terbaru yang lainnya.
14. Peraturan IG, adanya pelarangan keras untuk foto-foto pornografi dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu
15. Penandaan foto dengan bendera, informasi mengenai pihak yang telah menandai akan tetap dijaga kerahasiaannya. Para pengguna lainnya juga dapat melaporkan foto yang bukan milik mereka di saat menemukan suatu foto dengan pelanggaran-pelanggaran yang sama.

Untuk memiliki akun Instagram bisnis, maka harus memenuhi beberapa syarat, yaitu memiliki nomor handphone sktif dan memiliki email. Apabila syarat sudah dipenuhi maka setiap pengguna sudah dapat memulai dan mendaftarkan akunnya. Pengguna juga dapat membuat akun Instagram bisnis dengan menggunakan melalui laptop, dengan cara sebagai berikut:

1. Buka <https://www.instagram.com/> pada *browser*
2. Klik daftar atau sign up
3. Masukkan alamat email
4. Lalu buat nama pengguna dan kata sandi
5. Menunggu email verifikasi dari Instagram
6. Masukkan kode verifikasi dari email
7. Klik next atau selanjutnya
8. Akun Instagram sudah berhasil dibuat

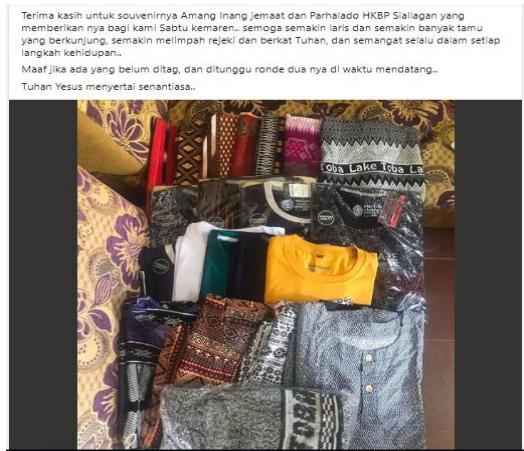
Selain dari itu, pelaku usaha souvenir (pengguna) juga dapat membuat akun Instagram bisnis melalui *handphone*, dengan cara sebagai berikut:

1. Ikuti petunjuk pembuatan Instagram Pribadi.
2. Buka menu Profil.
3. Klik Menu di sudut kanan atas.
4. Klik Pengaturan.
5. Klik Beralih ke Akun Profesional.
6. Klik Akun.
7. Pilih Beralih ke Akun Profesional.
8. Klik Lanjutkan.
9. Pilih Kategori untuk bisnis.
10. Klik OK untuk mengonfirmasi.
11. Pilih Bisnis.
12. Klik Berikutnya.
13. Masukkan detail Kontak.

Pelaku usaha souvenir harus bijak dalam menggunakan akun media sosial yang dimiliki sebagai media promosi dan pemasaran untuk produk dan jasa yang akan dipasarkan. Berikut hasil pembuatan akun bisnis Instagram dari pelaku usaha souvenir yang mengikuti kegiatan pelatihan ini.



**Gambar 4.** Bentuk Promosi Peserta Pelatihan Yang Sudah Melakukan Promosi dengan Menggunakan Media Sosial Instagram dan Dishare Ke Shoppe



**Gambar 5.** Bentuk Promosi Peserta Pelatihan Yang Sudah Melakukan Promosi dengan Menggunakan Media Sosial Instagram dan Dishare Ke Facebook

Manfaat yang dapat dirasakan pelaku UKM yang menggunakan akun bisnis Instagram sebagai media bisnis, yaitu:

1. *Promosi menjadi lebih mudah*, memudahkan melakukan promosi produk dan jasa yang ditawarkan kepada calon pelanggan.
2. *Praktis dengan wawasan*, wawasan dapat digunakan untuk mengawasi jumlah pengikut secara statistik, kiriman, jumlah tayangan, jumlah klik situs, total surel dan telepon, impresi profil, hingga jangkauan profil akun bisnis. Selain itu, pemilik akun juga dapat mengecek siapa saja yang dapat berkunjung ke profil berdasarkan jarak usia, gender, serta wilayah. Pemilik akun juga dapat melihat jumlah suka, komentar, dan kiriman yang disimpan oleh pengunjung profil.
3. *Jangkauan yang luas*, akun bisnis Instagram lebih unggul dibanding dengan akun pribadi karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Akun bisnis lebih terlihat profesional dan menunjukkan tujuan yang jelas dari profil. Akun bisnis sebaiknya tersambung dengan halaman facebook sehingga dapat menjangkai pasar secara lebih luas. Respon pada konten yang dikirimkan pemilik akun akan dapat menimbulkan potensi interaksi dengan pengguna lain yang lebih besar.
4. *Adanya informasi kategori bisnis*, pada akun bisnis pemilik dapat menampilkan informasi kategori bisnis dibawah prodil. Kategori ini akan membuat pemilik akun terlihat profesional dan menyatakan bisnis yang sedang dijalankan. Terdapat berbagai pilihan kategori mulai dari buku dan majalah, merek dan produk, perusahaan atau organisasi, bisnis lokal, music, film, olahraga, profesi, televisi, hingga situs dan blog.
5. *Fitur kontak dan alamat*, dalam akun bisnis terdapat informasi kontak dan alamat dibawah profil biodata. Pemilik akun juga dapat melakukan perubahan data melalui peraturan akun dan mengisi sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, juga terdapat alamat surel, nomor telepon/ponsel, alamat bisnis, dan tombol tindakan. Alamat bisnis dalam akun bisnis dilengkapi dengan petunjuk arah yang dapat memudahkan pengunjung untuk mencari lokasi usaha. Dan terdapat tombol tindakan yang dapat menghubungkan akun bisnis dengan layanan daring yang dimiliki pemilik akun. Dengan tombol ini, pengunjung dapat dengan mudah melakukan transaksi langsung melalui profil Instagram pemilik akun.
6. *Mengetahui waktu dan target pasar*, pemilik akun dapat melakukan pengecek waktu terbaik untuk mengunggah kiriman ke Instagram. Dengan adanya bantuan fitur wawasan, statistik hari dan jam yang optimal saat kiriman yang paling banyak direspon dapat terlihat. Analisis target pasar dapat dilakukan dengan profil bisnis. Dalam fitur wawasan akan sangat membantu untuk mengenali data pengikut profil dan untuk mengoptimalkan manajemen konten.

Cara menghubungkan akun Instagram ke akun Facebook

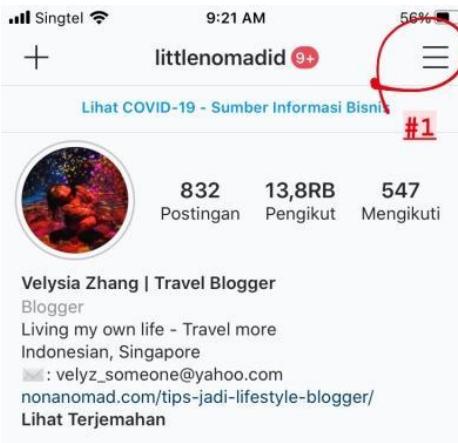
Terdapat beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dengan menautkan akun Instagram ke akun Facebook, yaitu:

1. Positing secara otomatis, fitur ini merupakan fitur yang paling bermanfaat karena dapat menghemat waktu dan tenaga.

2. Menarik lebih banyak audience, sebaiknya pemilik akun untuk aktif dalam berbagai media sosial untuk memperoleh peluang yang lebih menarik dan audience yang lebih besar.
3. Terlihat lebih aktif, pemilik akun dapat mengelebih dari satu akun media sosial
4. Bantuan ketika lupa password, pemilik akun yang lupa password dapat membuka akun dengan menggunakan media sosial yang lain.

Langkah-langkah menghubungkan akun Instagram ke akun Facebook, yaitu:

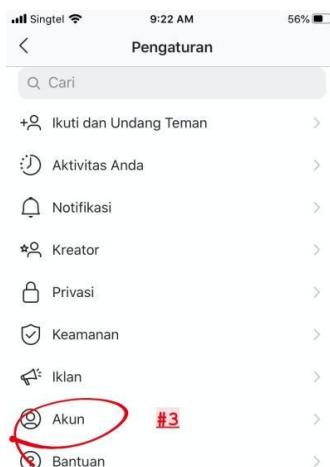
1. Masuk ke aplikasi Instagram dan login ke akun pribadi kamu.
2. Pilih akun profil di bagian bawah pojok paling kanan.
3. Pilih lambang tiga garis di bagian pojok kanan atas.



#### 4. Pilih bagian “pengaturan”



#### 5. Pilih bagian “akun”



#### 6. Pilih bagian “akun tertaut”



7. Pilih bagian “tautkan akun” dan pilih “Facebook”



8. Akan muncul pop up untuk memberikan izin kepada Instagram untuk mengakses akun Facebook. Lanjutkan.



9. Muncul pilihan untuk menatukan IG ke “Profil Facebook” atau “Halaman Facebook”. Pilih yang diinginkan.



10. Pilih tombol “Bagikan cerita anda ke Facebook” agar bisa membagikan foto atau video IG ke FB secara otomatis.



Selain Facebook pemilik akun juga bisa menautkan Instagram ke Twitter dan media sosial lainnya dengan caranya yang hampir sama. Untuk memutuskan tautan, klik saja bagian “Putus Tautan Akun”. Apabila pemilik akun ingin post IG akan dibagikan otomatis ke FB, karena di bagian bawah kolom deskripsi ada “Facebook” dan tombolnya berwarna biru.

## KESIMPULAN

Potensi pengembangan industri kreatif yang ada di Kabupaten Samosir antara lain tenun ulos, anyaman pandan dan enceng gondok, ukiran, pahat batu, gerabah, kerajinan bamboo, sablon, kuliner khas Samosir seperti kacang rondam dan kopi losung. Produk-produk yang dihasilkan masyarakat merupakan sumber kearifan lokal dan memiliki nilai budaya yang tinggi. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menambah ketrampilan ketrampilan pemasaran digital melalui instagram bagi pelaku usaha souvenir.

Pelaku usaha souvenir harus bijak dalam menggunakan akun media sosial yang dimiliki sebagai media promosi dan pemasaran untuk produk dan jasa yang akan dipasarkan. Manfaat dari kegiatan ini adalah pelaku usaha souvenir desa Pindaraya Siallagan Kec Simanindo Kab Samosir untuk menambah penghasilan dan kesejahteraan keluarga dengan menciptakan peluang untuk membuka pangsa pasar online baru melalui Akun Instagram, membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran serta dapat memanfaatkan perkembangan internet untuk menjangkau pasar nasional dan pasar luar negeri serta mengenalkan budaya batak secara lebih luas.

## UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terimakasih kepada Kepala Desa Pindaraya Siallagan, Kec Simanindo, Kab Samosir atas kesempatan dan waktu yang diberikan kepada Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan
2. Terimakasih kepada Perangkat Desa Pindaraya Siallagan, Kec Simanindo, Kab Samosir atas kesempatan dan waktu yang diberikan kepada Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan
3. Terimakasih kepada Perwakilan Pelaku Usaha Souvenir Desa Pindaraya Siallagan, Kec Simanindo, Kab Samosir atas kesempatan dan waktu yang diberikan kepada Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan
4. Terimakasih kepada Mahasiswa Program Studi Manajemen yang sedang KPPM karena sudah membantu kegiatan pengabdian ini.
5. Terimakasih atas kerjasamanya buat Tim dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan

## DAFTAR PUSTAKA

- Michael A Stelzner. (2018). *2018 SOCIAL MEDIA MARKETING How Marketers Are Using Their Businesses Letter from the author .... May.*
- Nurani, N., Eni Widhajati, Eni minarni, & Mukhamad Eldon. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. *Janita : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 45–52. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Identifying business value from the use of social media: An SME perspective. *Proceedings - Pacific Asia Conference on Information Systems, PACIS 2012*.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. *In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV, April 2015*, 327–337.
- Wella, S. F., & Chairy, C. (2020). Implementasi Sustainability Sebagai Alat Pemasaran Pada Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 343. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.8284>