

PENINGKATAN KETERAMPILAN BERBISNIS DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA INSTAGRAM

Totok Susilo Pamuji Nugroho

Progam Studi Akuntansi STIE Atma Bhakti Surakarta
email:tosiepamuji@gmail.com

ABSTRAKSI

Media Sosial saat ini memang sangat marak sekali digunakan apalagi untuk perkembangan jaman saat ini. Media ini selain bisa digunakan untuk hal tersebut bisa juga digunakan sebagai media marketing yang sangat efektif, sehingga pembelajaran lebih lanjut mengenai hal ini sangat diperlukan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat agar mau berwirausaha, memberikan dasar keterampilan melalui media instagram agar bisa dilihat oleh masyarakat luas dan mampu mengusai dan mengembangkan usaha yang dijalannya dengan baik. Disamping itu masyarakat dan mahasiswa supaya bisa memulai untuk menjalankan bisnis mereka. Hasil dari pengabdian masyarakat ini setelah adanya kegiatan tanya jawab antara lain : untuk masyarakat umum masih kurang percaya diri untuk memulai karena belum begitu mengenal aplikasi Instagram ini, sedangkan bagi mahasiswa sebenarnya mereka sudah cukup mengenal fitur ini akan tetapi masih bingung mau berjualan apa. Sehingga dengan adanya kegiatan ini diharapkan mereka bisa menerapkan apa yang didapatkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Kata Kunci : Media Sosial, Instagram, Pengabdian Masyarakat

PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia belum bisa dikatakan sebagai Negara berkembang, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah tingkat kewirausahaan yang masih tergolong rendah. Pemicu kewirausahaan yang rendah salah satu faktor yang mempengaruhi adalah kurangnya kepercayaan diri dan takut gagal. Hal ini bisa saja dikarenakan kurang ilmu yang didapat dan pengalaman yang kurang mempunyai, oleh karena itu sangat penting sekali bagi masyarakat untuk memperdalam ilmu mengenai kewirausahaan dan bagaimana usahanya bisa berkembang (Fauzia, dkk, 2019)

Media internet saat ini sangat berperan penting bagi perkembangan struktur ekonomi di Indonesia. Kita bisa membayangkan saja walaupun tanpa mempunyai toko untuk memasarkan produknya para pelaku usaha bisa berjualan di rumah mereka masing-masing sebagai langkah awal (Sari dan Basit, 2018). Mereka bisa berjualan melalui media sosial dan marketplace untuk memasarkan produknya, sehingga dapat dilihat oleh orang lain yang berkemungkinan apabila tertarik dengan produk tersebut akan membeli. Media sosial dan market place yang ada di Indonesia saat ini sangat banyak sekali, akan tetapi yang akan di bahas pada tulisan ini adalah instagram (Supratman, 2018).

Media instagram saat ini sangat fenomenal dimana sangat digandrungi, baik untuk kaum muda maupun kaum tua. Kelebihan dari media ini adalah kita bisa melihat foto atau gambar dengan lebih leluasa, disamping fitur-fiturnya mudah di operasikan sehingga bisa mempermudah penggunaanya (Permatasari dan Trijayanto, 2017). Instagram tidak hanya dapat dipakai sebagai suatu trend dan perkembangan gaya hidup akan tetapi bisa juga digunakan sebagai media digital marketing yang popoler saat ini. Pengetahuan akan media Instagram ini tentunya sangat diperlukan oleh masyarakat saat ini, dimana mereka tidak hanya bisa berjualan lewat offline saja akan tetapi bisa mendapatkan tambahan dari berjualan online (Adhanisa dan Fatchiya, 2017).

Sebagai media yang diminati saat ini Instagram memiliki beberapa keunggulan yang bisa dibanggakan dibandingkan media sosial yang serupa antara lain (1) memiliki sifat massif dan populer, (2) dapat membuat postingan lebih rapi, (3) Sangat cocok untuk toko online (4) keamanan dan privasinya terjamin, (5), gratis (6) banyak memberikan opsi sharing ke media sosial lain, misalnya facebook, twitter, amazon dll, (7) dapat digunakan sebagai media komunikasi (8) bisa meningkatkan jiwa seni dan artistik (Indika dan Jovita, 2017).

Pertimbangan-pertimbangan diatas membuktikan bahwa media instagram selain bisa digunakan untuk eksis juga paling utama bisa digunakan untuk bisnis. Pada media instagram terdapat banyak fitur sebagai akun bisnis dan menyediakan media promosi. Pada akun bisnis kita bisa menghubungkan postingan kita ke media sosial lainnya, sehingga kemungkinan untuk dilihat orang lain lebih banyak. Fitur promosi pada akun instagram bisa terhubung dengan penggunaanya lebih banyak lagi dan bisa dibayar dengan bank yang ada di Indonesia, sehingga bisa mempermudah penggunaanya (Syahreza dan Tanjung, 2018).

Analisi Situasi

Bagi masyarakat umum menggunakan media instagram sebagai alat marketing yang potensial masih terasa aneh. Sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial facebook sebagai alat digital marketing mereka. Hal ini dirasa lebih mudah karena sejak awal media sosial ini sudah digunakan oleh mereka. Akan tetapi dengan hadirnya instagram langkah mereka akan jadi lebih mudah hal ini dikarenakan fitur instagram juga bisa berbagai dengan media sosial lain termasuk facebook (Alfinda dan Yahya, 2017).

Bagi mahasiswa media instagram digunakan mereka untuk update tren kekinian, dimana bisa memposting foto-foto mereka di berbagai acara misalkan makan, olahraga, berlibur dan lain-lain. Hal ini berarti mereka sudah bisa dan mengerti akan beberapa fitur instagram, akan tetapi para mahasiswa belum memulai untuk menggunakannya sebagai alat digital marketing yang sangat bermanfaat (Untari dan Fajariana, 2018).

TUJUAN DAN MANFAAT

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pelatihan kepada masyarakat agar mau berwirausaha, memberikan dasar keterampilan melalui media instagram agar bisa dilihat oleh masyarakat luas dan mampu mengusai dan mengembangkan usaha yang dijalannya dengan baik.

Manfaat dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan sumbangan positif kepada masyarakat luar bagaimana mereka memulai usaha dan mengembangkannya. Hal ini dikarenakan mereka masih kurang percaya diri dan gagal dalam memulai usaha, Dengan adanya kegiatan ini masyarakat bisa lebih menjalankan bisnisnya agar kualitas hidupnya lebih baik.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan daring melalui aplikasi zoom, hal ini dikarenakan pada saat pandemi ini belum bisa mengumpulkan peserta banyak pada satu lokasi. Kegiatan ini penyelenggaraan dibantu oleh organisasi GENBI dalam pelaksanaannya. Peserta terdiri dari masyarakat umum dan mahasiswa dari berbagai universitas, yaitu : IPB University, Universitas Mataram, IAIN Kudus, Universitas Tidar, UHAMKA, UKSW, Universitas Semarang, UNIDHA, Universitas Brawijaya, UPN Veteran, UNNES, UIN Malang, UNDIP, Universitas Airlangga, UNDIP, Universitas Muhammadiyah Surakarta, UKSW Salatiga, dan Universitas PGRI Semarang. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 11 April 2021.

Proses penyelenggaraan dari kegiatan ini tidak terlepas dari tahapan-tahapan dalam proses penyelenggaraannya. Proses penyelenggaraan dari kegiatan ini antara lain :

1. Tahap Persiapan

Pada tahapan ini penyelenggara melakukan pendalaman lebih lanjut mengenai media instagram yang akan di bahas kepada para peserta. Setelah melakukan pendalaman secara serius penyelenggara membuat materi yang diperlukan dalam bentuk power point. Organisasi GENBI yang membatu acara ini bertugas untuk mengundang peserta baik dari umum dan mahasiswa dan membawakan acaranya.

2. Tahap Penyelenggaraan

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 11 April 2021 dan dilaksanakan dari pukul 08.00-12.00. Dimulai jam 08.00-08.30 dengan menunggu peserta masuk ke dalam sistem zoom. Kemudian dilanjutkan pembukaan, acara inti dan tanya jawab sampai pukul 12.00. Dalam pelaksanaannya pihak GENBI yang mengurus hal ini pada susunan acaranya.

3. Tahap Evaluasi

Tahap ini dilakukan setelah acara selesai dimana dilakukan evaluasi dari penyelenggara dan GENBI. Dimana hasil evaluasi yang di peroleh antara lain : (1) Peserta perlu datang sesuai rencana awal yakni jam 08.00 karena banyak peserta yang datang terlambat pada saat acara, (2) Waktu pelaksanaan untuk menyajikan materi selama 1 jam ternyata waktunya kurang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

1. Masyarakat umum masih belum bisa memahami bagaimana caranya menambah penghasilan sosial media. Hal ini berdasarkan dari sesi Tanya jawab, dimana sebenarnya mereka sudah mulai memasarkan barang dagangannya sebagian besar melalui facebook, akan tetapi barang yang mereka jual belum begitu laku.
2. Masyarakat masih kesulitan dan kurang percaya diri dengan kurangnya jumlah stok barang dan modal yang dimiliki.
3. Masyarakat umum yang sudah memulai memasarkan produknya ke media sosial juga belum bisa memaksimalkan. Mereka mengatakan bahwa sangat susah sekali menjual produknya, hal ini dikarenakan kesibukan mereka sehari-hari dan kurangnya konsistensi dalam bekerja.
4. Bagi mahasiswa yang mengikuti kegiatan masyarakat ini masih bingung, bagaimana caranya mereka memulai bisnis.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari paparan diatas kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini menumukan berbagai permasalahan bagi masyarakat umum dan mahasiswa dalam memulai dan mengembangkan bisnisnya. Apabila sekarang ditambah dengan masa pandemic covid 19 yang membuat pergerakannya menjadi semakin terhambat. Oleh karena masalah diatas kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan beberapa rekomendasi yang bisa dilakukan :

1. Diniatkan dengan sungguh-sungguh apabila ingin sukses harus bekerja secara optimal
2. Mencoba menggunakan media instagram sebagai alat marketingnya
3. Memperbagus kualitas foto produk
4. Memulai menjadi reseller apabila belum mempunyai stok yang memadai
5. Selalu berinovasi dan belajar dengan melihat profil competitor

REFERENSI

- Adanisa, C. dan A. Fatchiya (2017). Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai Sarana Promosi Kawasan Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 1 (4) : 451-466
- Ainurrohman, F., & Handayani, R. (2020). The influence of motivation, learning discipline, teacher competence and parental support on academic achievement of students (study on gama english course sukoharjo). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 4(4).
- Alfinda. M.F dan M. Yahya (2017). Motivasi Mahasiswa Berbagung Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Imiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 2(3) : 23-31
- Ayutiani, D.N dan B. P.S Putri, (2018). Penggunaan Akun Instagram Sebagai Media Informasi Wisata Kuliner. *Jurnal Profesi Humas* 3(1) : 39-59
- Cahyono, E., & Abdullah, S. (2020, October). Exploring the Model of Abusive Supervision and Employee's Turnover Intention: Is Neuroticism a Moderator?. In *ICAME 2020: Proceedings of the 5th International Conference on Accounting, Management and Economics* (p. 119).
- Fauzia, A.Z., S. Maslihah dan H. Ihsan. Penggunaan Tipe Kepribadian Terhadap Self Disclosure Pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial Instagram Di Kota Bandung. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 3 (3) : 151-160.
- Indika, D.R dan C. Jovita (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1) : 25-32
- Nugroho, T. S. P., & Indahsari, N. D. (2023). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TAX AVOIDANCE PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2021. *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 14(1), 1-12.
- Nurhidayat, E., & Marsudi, H. (2020). PENGARUH WORD OF MOUTH DAN BRAND LOYALTY TERHADAP PURCHASE INTENTION AIR MINERAL DALAM KEMASAN UTRA PADA PT GUWATIRTASEJAHTERA. *MUARA: Jurnal Manajemen Pelayaran Nasional*, 3(1), 1-7.
- Permatasari, N dan D. Trijayanto (2017). Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hastag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *Jurnal PROMEDIA* 3(2) :252-273
- Sari, D.N dan A. Basit (2018). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi *Parenting*. *PERSEPSI : Communication Journal* 3(1) : 23-36
- Sari, D. W., & Kasidin, K. (2020). PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH NASABAH DI PT. BANK TABUNGAN NEGARA KANTOR CABANG SOLO. *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 36-48.
- Sriyanto, S., & Adelina, N. (2020). ORIENTASI PASAR DAN KINERJA PERUSAHAAN PADA MASA PANDEMI COVID-19: PERAN E-COMMERCE SEBAGAI MODERASI (Studi UMKM Di Kota Solo). *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 62-75.
- Sutianingsih, S., Budiayanto, B., & Suwitho, S. (2023). Mediation Role of Job Satisfaction on the Influence of Non-Financial Compensation and Transactional Leadership on Employee Performance. *The International Journal of Business & Management*, 9(7), 79-84.
- Supratman, L.P (2018). Penggunaan Media Sosial Oleh *Digital Native*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15 (1): 47-60
- Syahreza, M.F dan I.S. Tanjung (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi* 2(1) : 61-84
- Untari, D dan D.F Fajariana (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur-Batik. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2): 271-278
- Wijayanti, H. T., & Almaidah, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang D'fresco Donut Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai

Variabel Pemediiasi. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Akuntansi*, 18(2), 225-238.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pegabdian masyarakat ini tidak akan berjalan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak antara lain kepada (1) LPPM STIE Atma Bhakti yang telah memberikan ijin dan fasilitas atas terselenggaranya kegiatan ini. (2) Kepada Bank Indonesia yang telah berkenan mensponsori kegiatan ini secara maksima. (3) Terima kasih juga kepada para anggota GENBI yang telah bekerja sama dengan sangat baik sehingga acara kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa terlaksana, diharapkan untuk kedepannya bisa bekerja sama lagi.

FOTO KEGIATAN

