

# **MANFAAT PENGGUNAAN INSTAGRAM SHOP DALAM MEDIA PENJUALAN PECI BAMBU DI KERTARAHARJA**

Erik Setiawan, Santi Pertiwi Hari Sandi

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang

Email : [Mn19.eriksetiawan@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Mn19.eriksetiawan@mhs.ubpkarawang.ac.id)

[santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id](mailto:santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Perkembangan *Instagram Shop* atau toko online melalui media sosial internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai tidak terkecuali di kota besar. Banyaknya kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis sebagai salah satu “tempat berbelanja dan manfaat penggunaan”. Baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat manfaat unyuk UMKM Peci Bambu di Kertaraharja. Perkembangan bisnis di media sosial saat ini sangat berkembang pesat yang lebih berkembang dari tahun ke tahun berbeda dalam sistem penjualan di media sosial yang ada saat ini. Keuntungan produk dan manfaat penggunaan *instagram shop* secara online dapat dipahami oleh calon konsumen jika adanya informasi yang jelas dan mendetail perihal produk yang dijual. Produk yang terjual secara online tidak dilihat langsung oleh calon konsumen dapat mudah dipahami oleh konsumen apabila ada informasi yang memaparkan produk tersebut kemudian strategi pemasaran yang dipergunakan oleh pelaku UMKM secara online dapat mencapai hasil yang baik.

Kata Kunci : Pemanfaatan Penggunaan Instagram Online Shop, Berbelanja

## **Abstract**

The development of *instagram shops* or online social media has mushroomed in Indonesia, even it is very well known by the general public, not least in big cities. The number of conveniences in shopping and various types as one “place to shop and use benefits”. New apart from the shopping center. However; this creates benefits for Peci Mes in Kertaraharja. The development of business on social media is currently growing rapidly which is growing from year to year differently in the sales system on social media that exists today. Product advantages and the benefits of using an online *instagram shop* can be understood by potential consumers detailed information about sold. Products that are sold online are not seen directly by potential consumers and can be easily understood by consumers the product, then the marketing strategy used by Peci achieve good results.

keywords : Utilization of Using Instagram Online Shop, Shopping.

## Pendahuluan

Instagram shop adalah sebuah aplikasi *smartphone* yang berfungsi sebagai media berbagai foto dan video dalam sebuah jejaringan social. Hampir sama seperti media social lainnya. Instagram memiliki konsep interaksi antar pengguna dengan mengikuti sesama pengguna, menambahkan komentar pada foto maupun video, menyukai, serta mengirim *post*. Instagram dapat memberikan insipasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membantu foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus. Instagram Shop merupakan aplikasi berbagai foto dan video, instagram merekomendasikan beragam macam fitur yang berada di instagram seperti direct message (DM), kolom komentar dan tanda suka yang mampu dipergunakan menjalankan komunikasi sesama publik. Pentingnya bagi pemilik UMKM agar menjalankan komunikasi dengan public, bagi calon konsumen menjadikan bagian paling penting agar semakin memahami apa yang telah disampaikan. Pemilik UMKM mampu menyampaikan memnagikan informasi untuk lebih berkembang dengan baik dan benar kepada calon konsumen. Konsumen telah memahami pesan yang telah di sampaikan. Ditawarkan produk atau jasa dari pembelian untuk calon pembeli agar dapat mampu mengajak perilaku dan sikap hal tersebut merupakan strategi komunikasi dilakukan oleh pemilik UMKM.

Semua desa, salah satunya desa ketaraharja pastinya memiliki permasalahan, baik dari bidang pendidikan maupun ekonomi, social, maupun kesehatan. Permasalahan pola hidup menjadi lebih bermanfaat bagi desa maupun Negara akan lebih berinovasi sebagai mana yang telah ada *trend* di kalangan masyarakat yang lebih maju. Coba perhatikan kembali bagaimana masyarakat sekarang kurangnya inovasi dalam berkarya dengan adanya media social yang lebih digital maupun kekinian. Dalam hal ini kurangnya pelatihan dari media yang sekarang pesat ini, sehingga seharusnya lebih di manfaat kan yang baik dalam pengguna maupun yang melihat penggunaan instagram shop tersebut.

Keuntungan produk dan manfaat penggunaan instagram shop secara online dapat dipahami oleh calon konsumen jika adanya informasi yang jelas dan mendetail perihal produk yang dijual. Produk yang terjual secara online tidak dilihat langsung oleh calon konsumen dapat mudah dipahami oleh konsumen apabila ada informasi yang memaparkan produk tersebut kemudian strategi pemasaran yang dipergunakan oleh pelaku UMKM secara online dapat mencapai hasil yang baik. Strategi pemasaran pun mampu berhasil beserta adanya konsumen dan berkepanjangan tersangkut promosi yang telah dilakukan dan pemilik UMKM agar mampu melaksanakan komunikasi yang mampu mengajak pemahaman, sikap dan perilaku pembeli bagi calon konsumen. Adanya strategi komunikasi yang terjalin dengan baik dan sempurna artinya kunci dari keberhasilan strategi pemasaran. Keberhasilan dari sebuah media seperti sarana strategi komunikasi dibujuk oleh bagaimana media tersebut di operasikan dan di kelola.

Internet memiliki sejumlah daya Tarik dan kelebihan kepada para konsumen ataupun jaringan media social. Internet juga melambangkan media elektronik actual yang membantu e-commerce (electronic commerce) dan menghadapi perkembangan cepat. Kecenderungan ini juga berlebihan dilakukan oleh beberapa UMKM yang semakin berkembang berjalan dengan waktu. Seiring dengan pertambahan internet dan penggunaan instagram tersebut, berkembang juga jumlah online shop yang berada di Indonesia yang telah aktif melaksanakan transaksi melewati media social, mereka memanfaatkan jejaringan social ini bagaikan marketing tool. Melewati pengunggahan foto pada instagram ini para pemilik UMKM online shop dapat

membagikan informasi kepada konsumen dan menciptakan hubungan yang sangat kuat antara dengan konsumen Mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar.

B.K Lewis Dalam karyanya yang berjudul manfaat penggunaan online shop adalah menyatakan, bahwa media social suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membantu semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagai pesanan.

Dari Pengertian diatas menunjukan bahwa manfaat penggunaan instagram shop lebih baik di jaman sekarang dengan UMKM sangat berkaitan erat dalam suatu usaha. Hal ini dapat dijadikan sebuah konsep pengembangan peci bambu berdasarkan hasil dari instagram shop tersebut. Pertumbuhan jaman lebih maju dalam teknologi digital untuk memasarkan produk

Dalam hasil pengamatan selama KKN (kuliah kerja nyata) berlangsung kondisi perekonomian pada Desa Kertaraharja saat ini masih sulit untuk dikatakan mengalami penurunan drastic. Karena kurangnya lapangan kerja di daerah Kertaraharja maupun industri rumah tangga yang ada pada Desa. Sehingga kurang membantu dalam era digital yang waktu ke waktu banyak peningkatan lebih cepat, membantu segi modal dan terbantu dengan adanya beberapa masyarakat dan sodak sodara membantu mungkin yang terkendala tempat produksi Peci Bambu berbagai pegawai yang ada di UMKM pak Bogel berjumlah 4 orang. Kabupaten dan kurangnya pemanfaatan penggunaan media social yang lebih maju lagi. Kurangnya manfaat penggunaan media social yang ada dalam pengembangan UMKM Peci Bambu. Dengan adanya pelaku usaha Desa Kertaraharja yang lebih mengangkat adat dan seniman ini sehingga harus banyak pelatihan dan bimbingan untuk di kembangkan lebih cepat. Pada pengembangan manfaat penggunaan melalui digital dengan penggunaan E-commerce, media social, mobile platform, dan aplikasi. Dengan memanfaatkan digitalisasi tersebut UMKM desa Kertaraharja ini akan semakin berkembang pesat di penjuru daerah dan di kenal banyak kalangan dengan kerativitas produk tersebut. Bertumbuh dengan sangat cepat dan dari segi pendapatan dan dapat lebih kompetitif inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan usaha dalam menghadapi masa sulit saat pandemi.

## Metode

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang diambil melalui pendapat subjek selama KKN. Data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung kepada pelaku usaha, dan data sekunder ini diperoleh dari artikel atau buku yang berkaitan dengan judul penelitian. Pelaksanaan KKN ini berlangsung sejak tanggal 1 juli hingga 31 juli 2022

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

UMKM yang ada di desa sasaran harus terus menerus dikembangkan salah satunya UMKM peci bambu. Peci bambu ini sangat berpotensi untuk dijadikan bahas pembahasan penelitian untuk lebih berkembang pesat melalui media sosial seperti instagram shop. Telah dilakukan beberapa analisis observasi makna dari kerajinan local yang di temukan sehingga terus berkembang di jaman nya terutama di jaman globalisasi tersebut.

Dalam penggunaan instagram shop dalam peci bambu ini sangat dibutuhkan dan

dikembangkan lebih ke media sosial yang *trend* di zaman sekarang. Oleh karena itu, penggunaan instagram banyak manfaat bagi pengguna ke lebih fitur yang elegant dan menarik perhatian konsumen yang akan membeli produk peci bambu. Kondisi kerajinan peci bambu susah di temukan dan jarang yang membuat produk ini hanya orang tertentu dan harus di tingkatkan penjualan di instagram shop tersebut. Dalam instagram shop banyak manfaat dan untuk lebih baik lagi ke depan nya.

Kondisi perekonomian pada Desa Kertaraharja saat ini masih bisa dikatakan sedang mengalami penurunan karena kurangnya industri rumah tangga yang ada pada desa sehingga kurang membantu dalam segi modal dan terbantu dengan adanya beberapa masyarakat yang menjadi tenaga kerja diwilayah kabupaten karawang maupun luar kabupaten. Penggunaan instagram shop akan lebih memudahkan pemasaran di media sosial yang saat ini. Sehingga lebih banyak di akses banyak kalangan masyarakat dan milenial yang menggunakan instagram shop tersebut.

Dari hasil observasi pengembangan UMKM pada Desa Kertaraharja menunjukan bahwa tingkat Dari hasil observasi pengembangan umkm pada Desa Kertarahrja menunjukan tingkat pendapatan masyarakat belum seutuhnya mencukupi kebutuhan hidup karena harga barang tidak sebanding dengan penghasilan yang didapat mereka serta masih minimnya bekal keterampilan upah buruh yang masih kecil serta masih minimnya bekal keterampilan, upah buruh yang masih kecil serta masih mahalnya barang-barang kebutuhan sembako serta teknologi yang digunakan dalam pemanfaatan industry rumah tangga atau pengrajin serta para pelaku UMKM ini belum memiliki legalitas yang sebelumnya usaha kurangnya kerja sama dengan pemerintah.

### Pengembangan Penggunaan Instagram Shop

Saat ini penggunaan media sosial bukan sekedar untuk memposting foto atau video saja, namun juga digunakan sebagai sarana penjualan atas produk atau jasa dari pelaku usaha, salah satu media sosial yang paling berpengaruh terhadap penjualan produk suatu bisnis adalah instagram shop. Penggunaan instagram semakin bertumbuh waktu ke waktu, oleh karena itu pihak instagram terus menerus memperbarui dan meng-upgrade berbagai fitur yang semakin menarik minat pengguna. Sehingga tidak heran jika saat ini semakin banyak pelaku bisnis yang menggunakan instagram sebagai media pemasaran. Bahkan dikatakannya, apa pun produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, instagram menjadi bagian utama dari setiap insiatif pemasaran digital yang dapat dibuat. Seiring dengan berpengaruhnya instagram shop pada usaha, peci bambu memberikan strategi terkait bagaimana menggunakan instagram marketing yang tepat agar produk yang dijual lebih dikenal. membuat *hashtag* (tagar) yang unik dan kreatif, membuat konten kreatif, memanfaatkan *influencer*, strategi *paid promote*, dan yang terakhir *endorsement* yang merupakan salah satu strategi pemasaran online yang efektif untuk meningkatkan penjualan. Dengan memahami beberapa strategi instagram shop tersebut, peci bambu para pelaku usaha, khususnya UMKM Peci bambu pak Bogel.

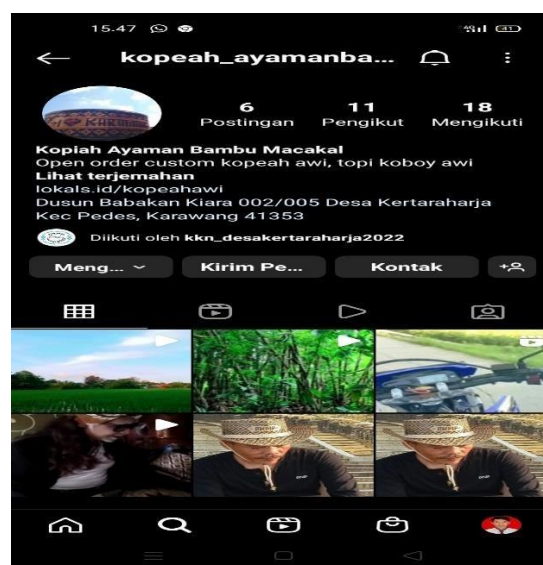
Menurut Sendpulse, instagram shop adalah serangkaian fitur yang menyederhanakan penjualan produk kepada calon pelanggansosial media tersebut. Setiap merek produk dapat berbagai unggulnya melalui postingan, *stories*, dan iklan berbayar. Pengembangan UMKM melalui sistem pemasaran ini merupakan kegiatan penting dalam pengembangan UMKM berbasis manfaat penggunaan instagram shop untuk menjajakan produk yang dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian

konsumen dengan cara melakukan publikasi (*publication*), untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan menyenangi produk yang dipasarkannya memuat berita tentang produk atau usaha yang menghasilkan produk

tersebut di media masa atau social media saat ini dalam memanfaatkan teknologi dengan kontak langsung dengan para calon konsumen dalam mengenalkan produknya agar dibeli. Menurut Kotler dan Amstrong (20120 ; 750 Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasar yang digunakan UMKM untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Contohnya pemasaran produk Peci Bambu melalui instagram

bisa melakukan komunikasi dengan konsumen



**Gambar 1 Penggunaan Teknologi Instagram Shop UMKM peci Bambu**

Pengembangan UMKM melalui pengembangan produk

Dalam hal ini terdapat tiga aspek dari produk yang perlu diperhatikan dalam memahami pengembangan produk yang akan diperluas Pertama, mencakup berbagai tambahan manfaat yang dapat dinikmati oleh konsumen dari produk inti yang dibelinya. Tambahan manfaat itu dapat berupa pemasangan instalasi, pemeliharaan, dan pemberian garansi serta pengirimannya. Kedua, Menentukan manfaat produk yang akan dipasarkan artinya produk tersebut harus memiliki manfaat inti bagi para konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Ketiga yaitu aspek formal pada suatu produk. dimana setiap produk perlu diperhatikan penampilan dan perwujudannya dengan menentukan desain atau bentuk atau coraknya, daya tahan atau mutunya, daya tarik atau keistimewaan, pengemasan atau bungkus, nama merek atau *brand name*. Hal ini sangat penting dalam pengembangan umkm untuk mempertahankan diferensiasi produk dan membangun pangsa pasar.



**Gambar 2 Postingan Vidio Dari Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan**

## Kesimpulan dan Rekomendasi

### Kesimpulan

Manfaat Penggunaan Instagram Shop sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan dalam dunia teknologi di jaman sekarang yang berkelanjutan melalui kreativitas, inovasi dan Model yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Peran besar yang ditawarkan Penggunaan Instagram adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta, dan kreativitas. Inti dari penelitian tersebut adalah sharing atau saling bertukar ide dan informasi antar pelaku umkm agar dapat meningkatkan nilai kreativitas pelaku usaha. UMKM berbasis media sosial memerlukan kerja sama berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha. Tidak hanya pemerintah dan pelaku usaha itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu turut serta mengembangkannya.

### Rekomendasi

Hasil analisis kesimpulan di atas, Wawancara Narasumber ingin memberikan saran untuk mengembangkan daya saing ekonomi lokal yaitu dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang melalui media sosial lembaga pendidikan yang berkualitas seperti sosialisasi UMKM dan dapat pula meningkatkan pemanfaatan bahan baku produk lokal bahkan dengan harapan dapat menciptakan bahan baku yang terbarukan, dalam arti bahan baku yang lebih baik dan baru dari bahan baku yang sebelumnya untuk UMKM Peci Bambu ini dengan harapan dapat meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan investasi dan Inovasi untuk perekonomian Desa Kertaraharja.

## Daftar Pustaka

- Atmoko Dwi,, Bambang (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, Jakarta : Media Kita
- Dharmesta, Basu Swasha dan Irawan (2008), *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Syahza. 2010. Pengembangan UKM untuk percepatan peningkatan UMKM daerah.Kabupaten Indragili Hulu
- Sriyana, Jaka. 2010. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul. Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Inovasi.
- Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam (2012), *Komunikasi dan Public Relations: PenduanUntuk Mahasiswa, Birokrat, dan Praktisi Bisnis*, Bandung: CV Pusaka Setia
- Hurriyati, Ratih (2010), *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta
- Taprial, Varinder dan Priya Kanwar (2012), *Understanding Social Media*, London: Ventus Publishing

## LAMPIRAN



