

AKSELARASI BISNIS *ONLINE* BERBASIS INSTAGRAM

Utami Maulida

Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, Tangerang
utamimaulida@stai-binamadani.ac.id

Abstrak

Akselarasi digital telah mengubah paradigma masyarakat Indonesia dalam berbisnis karena akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis.. perkembangan bisnis *online* dari tahun ke tahun sangat meningkat dengan beberapa platform yang menjanjikan dan dewasa ini banyak masyarakat Indonesia menggunakan platform Instagram, di luar marketplace. Namun sebagian besar masih belum teredukasi teknik berbisnis berbasis Instagram secara maksimal. Bisnis *online* berbasis Instagram akan terus bertransformasi dari tahun ke tahun untuk menunjang kegiatan bisnis dan berpeluang besar pasca pandemic covid-19.

Kata Kunci : Akselarasi Bisnis *Online*, Instagram

Pendahuluan

Pada tahun 2016 dan berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia¹ data UMKM mencapai 26 juta sementara pada tahun 2007 hanya mencapai 38 ribu. hal ini membuktikan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia sangat laju dan bangkit dari keterpurukan pasca krisis 1997. Sebelumnya, pada tahun 2008 sebagian besar masyarakat hanya berbisnis secara tradisional banyak toko *offline* di tepian jalan dan berbagai strategi penjualan. Seiring berjalannya waktu sistem penjualan tradisional terhimpit karena semakin berkembangnya digital.

¹ Badan Pusat Statistik, *Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil*, Badan Pusat Statistik : Jakarta. h.104

Pada dasarnya masyarakat sudah menyadari berkembangnya digital, bahkan bukan hanya sarana hiburan, informasi dan komunikasi namun untuk bisnis *online*. Salah satu platform bisnis *online* ter-*familiar* adalah facebook, masyarakat Indonesia menggunakan fitur grup untuk mempresentasikan produknya secara visual. Tidak hanya melalui sosial media, bisnis *online* merambah ke aplikasi BBM. Pengguna BBM memasarkan produknya melalui profile picture, membagikan broadcast messenger, dan membuat grup BBM. Namun seiring berkembangnya zaman, terjadinya persaingan digital, dan terjadinya beberapa oknum penipuan bisnis *online* banyak pengguna beralih ke platform Instagram dan whatsapp. Bahkan di tahun 2020 pengguna bisnis *online* sudah menjamur dengan adanya platform baru yaitu marketplace (shopee dan tokopedia).

Dewasa ini banyak masyarakat Indonesia berbondong-bondong menjadi Pebisnis *online* karena adanya pandemi covid-19 dan terindikasi adanya resesi ekonomi sehingga terjadinya askelarasi pebisnis tradisional ke arah *online*. Pebisnis *online* (owner) Instagram sebagian besar dikembangkan oleh perempuan, dilansir Good News From Indonesia² bahwa dari 64 juta pengguna Instagram terdapat 60% bisnis *online* yang dikembangkan oleh perempuan. Bisnis online diklaim dapat memberikan penghasilan jauh lebih besar dibandingkan pegawai.³ Namun banyak sekali pebisnis yang terjun bebas khususnya di platform Instagram sehingga belum mengetahui celah berbisnis berbasis Instagram. Hanya sekedar *upload* foto sebagai visualisasi produk dan menulis *caption* sebagai bentuk presentasi produk tidak menggunakan fitur-fitur Instagram yang dapat menguntungkan *owner* bisnis *online*. Mayoritas pebisnis *online* membidik perempuan sebagai target utama dari sudut pembeli, ini dilihat dari hasil riset pebisnis terkait produk yang akan dijual melalui fitur *insight* Instagram yang dikelola. Namun terdapat pula gender laki-laki meskipun hanya sebagian kecil. Tidak dapat dipungkiri bahwa perempuan cenderung lebih konsumtif dibandingkan laki-laki.

Produk yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari produk *fashion* dan *accessories*, *beauty care*, *gadget*, *food and beverage*, hingga jasa layanan seperti jasa *copy writing*, kursus menjahit, kuliah online, kelas marketing Instagram, dan lain-lain. Namun sebagian besar pebisnis *online* tidak hanya mempresentasikan produknya saja melainkan menyajikan konten-konten

² <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

³ Fitriana Rahayu, *Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan*. Unair. diakses pada website <http://journal.unair.ac.id/>

kreatif di setiap postingan, baik *feed* ataupun *story*. Hal tersebut dilakukan guna mendatangkan *traffic* yang bagus kepada toko *online*.

Pernyataan di atas membuktikan, bahwa internet dapat mengubah paradigma masyarakat Indonesia dalam berbisnis dan sebagai peluang besar untuk mengembangkan bisnisnya. Namun bisnis tradisional masih memberikan *feedback* baik bagi pebisnis. Hal tersebut didasari dengan tertanamnya jiwa pebisnis salah satunya adalah berkomitmen.⁴

Hakikat Bisnis Online

Berdasarkan KBBI kata /bisnis/ adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, sementara kata /online/ adalah bahasa serapan kategori translasi bermakna dalam jaringan, sehingga Fathul mengungkapkan bahwa bisnis *online* merupakan kegiatan komersial yang dilakukan dalam jaringan.⁵ Senada dengan pernyataan sebelumnya, Suyanto mengungkapkan bisnis *online* suatu aktivitas jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi menggunakan internet. Namun Suyanto⁶ meninjau bisnis *online* dari beberapa prespektif, yaitu :

- 1) Prespektif Komunikasi, merupakan pengiriman informasi, produk/layanan, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana eletronik lainnya.
- 2) Prespektif proses bisnis, merupakan aplikasi teknologi menuju otomisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan.
- 3) Prespektif Layanan, merupakan salah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan kecepatan pelayanan.
- 4) Prespektif Online, berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa online lainnya.

⁴ Hapzi Ali, *Technopreneurship Dalam Perspektif Bisnis Online*. 2019. h. 9 diakses pada website <https://www.academia.edu/41946474/>

⁵ Fathul Husnan. *Buku Pintar Bisnis Online*, Elex Media Komputiondo : 2015. h. 2

⁶ M. Suyanto, *Strategi Periklanan pada E-commerce*. Andi : Yogyakarta.2003. h.11

Joko⁷ mengungkapkan bahwa pangsa pasar bisnis *online* cakupannya lebih besar dibandingkan bisnis MLM. Target market bisnis *online* tidak terbatas bahkan pebisnis (owner) *online* dapat menjangkau target market yang jauh lebih besar dari perhitungan insight pebisnis.⁸ Sementara James Timothy⁹ mengungkapkan bisnis *online* lebih terperinci, yaitu bisnis yang dilakukan menggunakan internet sebagai wadah pemasaran, produk yang dipasarkan adalah berupa barang, produk digital, dan jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa bisnis *online* merupakan aktivitas jual beli yang dilakukan dalam jaringan dan dapat menjangkau target market yang sangat luas, baik produk barang, digital, atau berupa jasa.

Tujuan Bisnis Online

Pada dasarnya tujuan pebisnis melakukan bisnis *online* di Instagram untuk mendapatkan profit namun tujuan bisnis *online* di Instagram tidak hanya mencapai profit yang fantastis melainkan kepopuleran bisnis *online* dan konsistensi bisnis *online* tersebut, berbicara terkait konsistensi sudah pasti semua pebisnis baik *online* maupun *offline* menginginkan bisnisnya berkelanjutan dalam waktu yang lama.

James Timothy¹⁰ merumuskan tujuan bisnis *online* adalah sebagai berikut: 1) Masyarakat Indonesia dapat mengubah paradigma baru tentang cara melakukan bisnis yang semula tradisional kini beralih kepada *online*, 2) Memudahkan impresi pengunjung untuk berkunjung ke toko *online*, berbeda dengan toko *offline* dimana pebisnis berkerja lebih keras untuk mendatangkan pengunjung, 3) meningkatkan citra perusahaan, meskipun demikian pebisnis terlihat tidak serius menjalankan bisnis jika tidak memiliki situs, 4) menyediakan dukungan pelanggan lebih baik merupakan salah satu faktor kunci rantai nilai bisnis, 5) Memudahkan pembeli mendapatkan informasi dari bisnis *online* secara cepat, hal tersebut merupakan defrensiasi dengan bisnis tradisional, 6) Dapat memangkas beberapa pengeluaran teknologi baru, seperti contoh biaya pemeliharaan, perbaikan dan operasional dapat diambil alih dan investasi ini dapat berubah menjadi keuntungan bersih, 7) Dapat melakukan bisnis selama 24 jam, namun sebagai pebisnis *online* harus membatasi buka dan tutupnya toko *online*, 8) Dapat menginternasionalkan bisnis *online*, suatu

⁷ Joko Salim, *Step by Step Bisnis Online*. Media Kumputindo Jakarta : 2009. h.2

⁸ Yogi Wicaksono, *Membangun Bisnis Online dengan Mambo*. Elex Media Komputindo. Jakarta : 2008. h.3

⁹ James Timothy, *Membangun Bisnis Online*. Elek Media Komputindo. Jakarta ; 2010. h.2

¹⁰ James Timothy, *Membangun Bisnis Online....* h.5

defrensiasi dengan bisnis tradisional yang membutuhkan banyak usaha, waktu, dan uang untuk menjadi bisnis *offline* internasional.

Jenis-jenis Bisnis *Online*

Dewasa ini, terlebih di masa covid-19 banyak jenis bisnis *online* bermunculan berbagai masyarakat dituntut menjadi pekerja kreatif dan mengembangkan inovasi kekinian. Dilansir dari trending bisnis¹¹ jenis bidang bisnis *online* terbagi menjadi tujuh kategori, yaitu ;

- 1) teknologi, dalam bidang ini pebisnis dituntut untuk meng-*upgrade* inovasi teknologi internet, seperti Facebook, Instagram, Twititer, Google, dan lain-lain. Salah satu platform yang berkembang secara sistematis adalah Instagram yaitu banyaknya fitur yang diberikan kepada pengguna akun baik dari sisi akun pribadi, bisnis, dan kreator meskipun Instagram sebagian kecil dari google.
- 2) Marketplace, jenis bisnis *online* ini populer di tahun 2019 hingga saat ini yang memfasilitasi pebisnis (pedagang) seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Amazon, dll. Memfasilitasi para pelaku jasa seperti Gojek, Grab, dan lain-lain. Memfasilitasi pemilik aset seperti Airbnb, traveloka, tiket.com, dan lain-lain.
- 3) *Jualan Online*, Jenis bisnis *online* ini merupakan aktivitas yang dapat dilakukan semua masyarakat yang memiliki jiwa wirausaha atau UMKM, dan dapat membuat toko *online* sendiri diberbagai platform contohnya seperti Hij-up, Berrybenka, dan lain-lain. Secara kasat mata terlihat seperti marketplace.
- 4) Fintech adalah jenis bidang bisnis online untuk anda yang tertarik bergerak di bidang jasa keuangan *online* seperti GoPay Ethiscrowd, Duku, Pay Tren dan sebagainya. Namun sekarang ini sedang populer beberapa aplikasi fintech seperti pinjaman *online* baik yang terindeks oleh OJK maupun tidak.

¹¹ <https://trendingbisnis.com/index.php/58-pengetahuan-bisnis-online/83-jenis-bisnis-online>. diakses pada tanggal 20 Desember 2020

- 5) Logistik adalah jenis bidang bisnis online untuk anda yang tertarik bergerak di bidang jasa penyimpanan dan pengantaran barang belanja *online* seperti JNE, GoS
- 6) end dan Deliveree,. Namun *Trend* saat ini adalah ekspedisi JNT, hal ini terbukti setelah program *harbolnas 12.12* pada tahun 2020 bahwa JNT termasuk ekspedisi terbaik no 1 di Asia dan pengiriman terbanyak mencapai 20 juta pengiriman.¹²
- 7) Media *online* atau konten kreator adalah jenis bidang bisnis online untuk anda yang tertarik memberikan informasi atau hiburan *online* berbentuk portal seperti Alodokter dan Kapanlagi, bahkan konten kreator saat ini sudah merambah ke youtube, Instagram, dan tiktok.
- 8) Biro iklan *online*, adalah jenis bidang bisnis online untuk anda yang tertarik mengurus jasa periklanan *online* seperti Google Ads dan Criteo. Menariknya biro iklan *online* sudah menjadi fitur Instagram terfavorit bagi pebisnis *online*. Bahkan jasa digital marketing hingga kelas digital marketing semakin meluas di platform Instagram.

Sementara Anggri¹³ mengategorikan jenis bisnis *online* secara sintesis, di antaranya adalah : *Dropshipping*, *Join* dengan Afiliasi, membuka kursus *online*, jasa membuat website, menjadi vlogger dan blogger, jasa SEO, penulis *freelance*, jasa desain grafis, jasa tutor *online*, berjualan ebook, jasa *copywriting*, jasa *translator*, menjadi *influencer*, berjualan template website dan Instagram, jasa toko online, membangun *channel* youtube, menjadi *podcaster*. Berdasarkan keseluruhan jenis bisnis *online* yang dipaparkan Anggri telah menjamur di Instagram baik *youtuber* atau *podcaster* memposting/ mempresentasikan kontennya melalui Instagram dengan cara memposting *trailer* konten.

Kelebihan Bisnis *Online* Berbasis Instagram

Secara umum keuntungan berbisnis *online* adalah tidak mengeluarkan modal yang terlalu besar, bahkan ada bisnis tanpa modal. Bisnis *online* maupun

¹² money.kompas.com/read/2020/12/15/181200226/capai-20-juta-paket-pengiriman-j-t-express-catat-rekor-di-harbolnas-12.12 website diakses pada tanggal 20 Desember 2020

¹³ Anggri Puspita Sari, dkk. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Kita menulis : Yogyakarta. 2020. h. 138

offline memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing namun di saat masyarakat diselimuti digitalisasi banyak yang berpindah menuju *online*. Berikut beberapa kelebihan berbisnis melalui Instagram :

- 1) Jika bisnis *offline* membutuhkan banyak modal untuk membeli atau menyewa *venue* hal ini tidak diperuntukan bisnis *online*. Faktanya pebisnis *online* dapat membuat akun secara gratis dan hanya membutuhkan kuota untuk dapat akses ke akun bisnis *online*.
- 2) Modal yang dikeluarkan relatif rendah, faktanya pebisnis *online* di Instagram memilih jenis sistem bisnis *pre order* (PO) jika melakukan *self production*, selain itu beberapa memilih sistem dropship dengan demikian modal yang dikeluarkan relatif rendah bahkan sistem *dropship* merupakan bisnis *online* tanpa modal.
- 3) Dapat menjangkau calon *customer* secara luas antar pulau bahkan negara. Jangkauan akun dapat diriset melalui fitur insight Instagram bisnis tersebut.
- 4) Waktu lebih fleksibel, meskipun beberapa bisnis *online* membuat regulasi buka-tutup toko namun *owner* sudah pasti melihat *track record* perkembangan bisnis Instagram.
- 5) Transaksi lebih praktis. Dengan berjualan online tentu seseorang yang membutuhkan barang Anda akan mudah mendapatkannya. Sekalipun orang tersebut berada di tempat yang jauh dari Anda lewat bisnis online bisa terbantuan.

Dengan demikian kelebihan-kelebihan bisnis *online* berbasis Instagram secara faktual. adanya beberapa kelebihan yang tergambar jelas oleh kasat mata masyarakat membuatnya berbondong-bondong berbisnis *online* di Instagram. Meskipun sebagian besar masyarakat terjun bebas berbisnis *online* Instagram namun tidak sedikit yang melakukan riset pasar terlebih dahulu.

Tahapan Berbisnis *Online* Berbasis Instagram

Berbisnis *online* basis Instagram dapat digunakan oleh siapa saja, tanpa memandang gender dan usia. Anak usia 16 tahun pun dapat meraih profit tinggi hanya melalui Instagram. Penulis memadukan pemahaman tahapan

berbisnis *online* berbasis Instagram dengan Indocomtech.¹⁴ Sebelum pebisnis tradisional atau pebisnis *newbie* memulai bisnis di Instagram wajib mengetahui tahapan-tahapan agar tidak terjun bebas ke dunia bisnis *online*:

1) Membuat kategori bisnis yang dijalankan.

Seperti pemaparan sebelumnya bahwa ada beberapa jenis bisnis *online* berbasis Instagram, sebagai contoh ; jika pebisnis lebih *expert* di dunia *fashion* maka bisnis *fashion* adalah pilihan terbaik. Tidak hanya itu, kategori *fashion* perlu dikerucutkan seperti *fashion* muslim, regular, perempuan , atau laki-laki.

2) Mengenal Audiens atau Target Market

Mengenal target market atau audiens adalah dasar strategi sukses bisnis *online* berbasis Instagram. Sebagai pebisnis *online* wajib mengenal apa yang harus dibicarakan dan kepada siapa pebisnis berbicara. Konten yang dibuat berdasarkan survey target market dengan mengandalkan fitur *story* , sehingga kita dapat membuat konten menarik sesuai usia, minat, dan gender. Demikian dapat terbentuk produk yang diinginkan calon *customer*.

3) Posting konten dan produk secara berkala

Posting konten dan produk merupakan program jangka pendek bagi pebisnis *online* Instagram baik pada fitur *feed* maupun *story*. Konsistensi posting konten adalah memelihara calon dan *customer* pada *followers* akun tersebut. Jika konten yang disajikan tidak menarik, tidak konsisten memposting, dan tidak konsisten dalam *launching* produk maka bisnis *online* Instagram tidak bertahan lama. Oleh karena itu pebisnis (owner) / karyawan dituntut harus kreatif dalam membuat konten yang menarik. Faktanya beberapa bisnis *online* menyuguhkan konten-konten bersifat DIY, humor, teka-teki, pengetahuan. Hal tersebut kembali kepada target market / audiens akun tersebut.

4) Menggunakan Hastag

¹⁴ <https://indocomtech.net/2019/10/17/6-tahap-sukses-bisnis-online-shop-instagram/>
diakses pada tanggal 26 Desember 2020

Alogaritma Instagram bersifat fluktuatif, sering berubah-ubah kebijakan dari pusat. hal ini yang menuai kontroversi terkait Hastag. Pebisnis *online* mengandalkan hastag untuk penjualan, faktanya penggunaan hastag pada satu postingan terdapat 20 hastag. Jika melihat akun kompetitor yang jauh lebih unggul adalah menggunakan hastag maksimal 10 pagar. Hastag yang digunakan tidak hanya sembarang kata kunci namun yang dibentuk adalah menonjolkan karakteristik konten atau produk yang diposting. Hastag dapat diberdayakan untuk menciptakan efek dan visibilitas market yang tepat.

5) Pengoptimalan Profit

Pola pertama melakukan bisnis *online* berbasis Instagram adalah mendapatkan profit. Seiring berjalannya bisnis dan profit terus meningkat, di titik tersebut pola bisnis dapat mudah ditebak. Salah satu cara mengoptimalkan profit dalam jangka waktu yang cukup lama adalah mengkonversi *customer* secara stimultan dengan cara melibatkan *costomer* dalam mempresentasikan produk. Contoh pebisnis *online* berbasis Instagram yang melibatkan *costumer* adalah **riamiranda** dan **vanillahijab**, Kedua bisnis *online* ini membentuk komunitas *loyal customer* untuk menaikkan *value brand* dan mengoptimalkan profit secara alami.

6) Ukur dan Analisis

Memposting konten adalah perlu, namun hasil postingan tersebut membutuhkan pengukuran dan analisis, apakah konten yang diposting mendapatkan *insight* yang cukup bagus atau bahkan tidak menjangkau. Memposting konten tanpa menganalisis seperti menghabiskan uang tanpa menginvestasikannya. Menganalisis angka-angka pada insight dan menganalisis konten mana yang mendatangkan pengikut, engagement dan visibilitas untuk mengukur dan menganalisis akun Instagram perlu diubah menuju instargram bisnis.

Akselarasi Bisnis *online* Berbasis Instagram

Pada era digitaisasi terlebih masa pandemic covid-19, media sosial telah menjadi *trend* dalam pemasaran. Salah satu media sosial yang memiliki pebisnis terbanyak adalah Instagram meskipun awalnya hanya berfungsi sebagai penyaluran informasi namun saat ini Instagram telah mengakselerasikan fitur-fitur sehingga masyarakat yang melakukan bisnis *online* di Instagram secara maksimal akan mendapatkan profit yang banyak.

Pada awalnya Instagram hanya terdapat akun pribadi yaitu semua masyarakat dapat membuat akun tersebut tanpa tertaut dengan platform Facebook kelebihan akun ini dapat dikunci sehingga akun yang belum mengikuti tidak dapat *stalking*, kemudian Instagram melihat lebih banyak akun pribadi digunakan untuk berbisnis sehingga Instagram me-*launching*kan Instagram bisnis yang tertaut dengan Facebook. Akselerasi Instagram membuat pebisnis *online* berkerja lebih keras untuk memprentasikan produknya namun jika pebisnis telah teredukasi maka penerapannya lebih mudah karena terdapat fitur-fitur yang dapat menunjang kebutuhan bisnis *online* tersebut.

Beberapa fitur Instagram bisnis yang berakselerasi, di antaranya :

1. **Bio dan Link website**, Pada awalnya Instagram hanya memiliki fitur ini dan *feed*. Fitur *bio* dan *link website* dapat digunakan untuk menginfokan terkait bisnis yang dikelola dan slogan bisnis sementara *website* dapat digunakan untuk menginfokan link *website* atau link *chat messenger*.
2. **Feed** . Bagi pebisnis *online newbie* yang belum memahami algoritma Instagram menganggap fitur ini adalah fitur biasa yang memang diperuntukan presentasi produk. Namun sebenarnya fitur ini adalah investasi untuk meningkatkan *engagement* kepada pengikut (*followers*) . Faktanya beberapa *newbie online shop* dalam memposting *feed* dan *story* terlihat belum teredukasi. Pola *newbie online shop* memposting konten yang tepat adalah 1x9 dalam arti satu hari memposting sebanyak 9 konten dengan waktu yang dijeda selama tiga waktu, pagi dapat memposting sebanyak tiga konten begitupun pada waktu siang dan malam. Hal ini beda pola posting dengan akun Instagram bisnis yang telah besar.
3. **Story**. Berbeda dengan *feed*, Instagram menghadirkan fitur *story* agar pebisnis dapat mengupdate produk dan kegiatan bisnis namun postingannya ini hanya bertahan selama 24 jam.

4. **Highlight.** Setelah *story* Instagram memperkaya fiturnya yaitu *highlight* yang berguna untuk mengabadikan *story* baik sebelum 24 jam atau setelahnya. Faktanya sebagian besar bisnis *online* memanfaatkan *highlight* untuk menginformasikan : cara order, bukti transfer, bukti pengiriman, koleksi terdahulu, hasil *endorse*, dan sebagainya.
5. **Live.** Sebagian besar fitur ini digunakan untuk menginfokan pra-*launching* produk, kegiatan *packaging*, kegiatan webinar yang berkolaborasi dengan produk lain.
6. **Ig TV.** Fitur ini populer pada tahun 2019. Fitur ini digunakan untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan audiens, selain itu fitur ini dapat menjangkau audiens baru karena terdapat pada *tab* populer. Fitur ini berupa video dengan maksimal waktu selama 10 menit, fitur ini gambar mini dari youtube, banyak topik yang disajikan oleh bisnis *online* kepada audiens dan konten yang disajikan hampir seperti *live* Instagram. Untuk dapat menjangkau audiens yang luas maka pebisnis *online* menyajikan video menarik, inspiratif, dan menggunakan *thumbnail* yang dapat menjadi pusat perhatian audiens.
7. **Ig Ads.** Salah satu fitur ini adalah hadiah terbaik untuk pebisnis *online* berbasis Instagram. Fitur ini merupakan peluang iklan yang kuat untuk sebuah brand/ pebisnis *online* agar bisa terhubung dengan audiens baru dan meningkatkan potensi penjualan. Pebisnis *online* harus memiliki akun facebook fanpage yang terpaut pada akun Instagram bisnis untuk menjalankan Instagram ads. Biaya iklan pada fitur ini cukup terjangkau minimal sebesar Rp.20.000,00 namun pada akhir tahun 2020 fitur ini dikenakan biaya pajak sebesar 10%. Fitur ini telah membuktikan kesuksesan pebisnis *online* untuk *Brand Awareness* dan spekulasi.
8. **Ig shopping.** Tidak tertinggal jauh dari akselerasi fitur lainnya, Instagram telah men-*launching*kan fitur ini di Indonesia pada tahun 2020 sebelumnya sudah dapat digunakan pebisnis *online* berbasis Instagram di luar negeri seperti benua eropa dan amerika. Untuk dapat mengakses fitur ini *owner* perlu mempunyai domain yang akan terpaut pada facebook dan Instagram. Pada dasarnya tidak membutuhkan keahlian khusus untuk mengatur fitur ini hanya saja perlu mendapatkan verifikasi dari Instagram yang membutuhkan waktu yang cukup lama.

Simpulan

Instagram telah mengakselerasikan fitur-fitur yang menunjang kegiatan perbisnisan, perkembangan Instagram bisnis membawa dampak positif bagi pebisnis *online*. Pebisnis perlu menganalisis *insight* audiens Instagram untuk mendapatkan pola mengelola akun Instagram bisnis dengan maksimal. Beberapa fitur Instagram bisnis yang berakselarsi adalah bio dan link website, story, feed, highlight, live, ig tv, ig ads, ig shopping. Fitur-fitur tersebut dapat dimanfaatkan pebisnis untuk mempresentasikan produk, *brand awareness*, dan mengoptimalkan penjualan.

Daftar Pustaka

Ali, Hapzi. *Technopreneurship Dalam Perspektif Bisnis Online*. 2019. pada website <https://www.academia.edu/41946474/>

Badan Pusat Statistik, *Potensi Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil*, Badan Pusat Statistik : Jakarta

Husnan, Fathul. *Buku Pintar Bisnis Online*, Elex Media Komputindo : 2015

Rahayu, Fitriana. *Penggunaan Media Online Untuk Bisnis Oleh Perempuan* . Unair. pada website <http://journal.unair.ac.id/>

Salim, Joko *Step by Step Bisnis Online*. Media Kumputindo Jakarta : 2009

Sari, Anggri Puspita dkk. *Kewirausahaan dan Bisnis Online*. Kita menulis : Yogyakarta. 2020

Suyanto, M. *Strategi Periklanan pada E-commerce*. Andi : Yogyakarta. 2003

Timothy, James *Membangun Bisnis Online*. Elek Media Komputindo. Jakarta ; 2010.

Wicaksono, Yogi *Membangun Bisnis Online dengan Mambo*. Elex Media Komputindo. Jakarta : 2008.

<https://indocomtech.net/2019/10/17/6-tahap-sukses-bisnis-online-shop-instagram/>

<https://trendingbisnis.com/index.php/58-pengetahuan-bisnis-online/83-jenis-bisnis-online>.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/06/14/pengguna-instagram-di-indonesia-didominasi-wanita-dan-generasi-milenial>

<https://money.kompas.com/read/2020/12/15/181200226/capai-20-juta-paket-pengiriman-j-t-express-catat-rekor-di-harbolnas-12.12>