

DAMPAK PELATIHAN PEMANFAATAN APLIKASI INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN PEROLEHAN LABA PERUSAHAAN UMKM

Febriani Nur Untari

IKIP Siliwangi, Cimahi Jawa Barat Indonesia

febriuntari@gmail.com

Received: Desember 2019 ; Accepted: Januari 2020

ABSTRACT

This research is motivated by the gap between the latest technology and the unpreparedness of business people to utilize the technology. This study uses the theory of training, the concept of profit, and the concept of social media Instagram. The method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data obtained through the process of interviews, observation and study of documentation. As for the population in this study were micro and small and medium entrepreneurs in the field of fashion and the sample was the Cimahi City UMKM Acceleration participants totaling 10 people consisting of 2 men and 8 women. The results showed that there was an increase in company profitability after the implementation of Instagram social media training.

Keywords: Training, Instagram, Profit.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara teknologi yang mutakhir dengan ketidaksiapan para pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi tersebut. Penelitian ini menggunakan teori pelatihan, konsep laba, dan konsep media sosial instagram. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh melalui proses wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro kecil dan menengah di bidang mode dan yang menjadi sample adalah peserta Akselerasi UMKM Kota Cimahi yang berjumlah 10 orang yang terdiri dari 2 orang laki-laki dan 8 orang perempuan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya peningkatan perolehan laba perusahaan setelah terlaksananya pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram.

Kata Kunci: Pelatihan, Instagram, Laba.

How to Cite: Untari, F.N. (2020). Dampak Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Instagram Dalam Meningkatkan Perolehan Laba Perusahaan UMKM. *Comm-Edu (Community Education Journal)* 3 (1), 27-33.

PENDAHULUAN

Berbagai tantangan yang muncul di era milenial mendorong peningkatan kualitas manusia untuk terus bertambah. Pendidikan menjadi salah satu cara yang ampuh dalam memperbaiki kualitas manusia untuk menuju masyarakat madani. Pendidikan juga merupakan faktor pendorong yang cukup berpengaruh dalam mempercepat laju ekonomi dan pertumbuhan ketenagakerjaan (Suryadi, 2012, hal. 10).

Munculnya berbagai jenis pendidikan juga menawarkan bermacam keterampilan dan kemampuan yang berbeda. Seperti yang tertera dalam Undang-undang RI No 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional yang menyebutkan bahwa sistem pendidikan

nasional Indonesia terdiri atas tiga jalur pendidikan yaitu, pendidikan formal, pendidikan non formal, dan pendidikan informal.

Ketiga jalur pendidikan tersebut tentu memiliki program dan kompetensi yang berbeda. Berbeda dengan pendidikan formal yang mengunggulkan kemampuan kognitif, pendidikan non formal menawarkan berbagai keterampilan hidup atau biasa dikenal dengan istilah *life skill*. Salah satu program yang menawarkan kompetensi tersebut adalah pelatihan. Tujuan diadakannya pelatihan adalah agar peserta pelatihan baik kelompok atau organisasi maupun perseorangan dapat menguasai pengetahuan, keterampilan dan perilaku yang dilatihkan dalam program pelatihan sehingga dapat diaplikasikan baik untuk jangka waktu pendek maupun jangka waktu yang lama (Santoso, 2010, hal. 2).

Salah satu media sosial yang banyak diakses adalah Instagram. Mulanya, media sosial Instagram hanya mengunggulkan fitur mengunggah gambar dan video. Namun, seiring berkembangnya teknologi, Instagram terus memperbaharui berbagai macam fitur menarik. Sebagai media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak peringkat ke 4 di Indonesia, Instagram diminati berbagai kalangan. Tak hanya generasi muda yang menggunakannya sebagai hiburan, Instagram juga dilirik para pelaku usaha yang menggunakannya sebagai media pemasaran produk maupun jasa yang mereka jual. Salah satunya adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Pertumbuhan jumlah pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bertambah cepat seiring berkembangnya zaman. Sektor UMKM juga memberikan kontribusi yang cukup berpengaruh pada perekonomian nasional. Jumlah UMKM mencapai 60,7 juta unit pada tahun 2015 dan memberi kontribusi yang besar dalam menjangkit tenaga kerja. Jumlah tenaga kerja UMKM mencapai lebih dari 132,3 juta orang pada tahun 2015 (Leonardo Sambodo, dkk, 2016, hal. 4).

Angka tersebut merupakan jumlah yang cukup besar. Namun, tenaga kerja yang ada belum sepenuhnya memiliki kompetensi keahlian yang dibutuhkan. Salah satunya mahir dalam menggunakan teknologi guna menunjang proses produksi hingga pemasaran. Salah satu teknologi yang banyak digunakan untuk memasarkan produk adalah media sosial instagram. Sayangnya, tidak semua para pelaku usaha mampu memaksimalkan fitur-fitur yang terdapat di media sosial Instagram untuk kepentingan bisnis mereka.

LANDASAN TEORI

Konsep Pelatihan

Munculnya berbagai konsep pendidikan nonformal dinilai sebagai salah satu solusi memecahkan permasalahan pendidikan formal. Salah satu program yang ditawarkan oleh satuan pendidikan nonformal adalah pelatihan kecakapan hidup. Menurut Bernardin dan Russel (Akhyadi, Pembangunan Sumber Daya Manusia Dari Konsep, Paradigma, Dan Fungsi Sampai Aplikasi, 2015) mengemukakan pelatihan merupakan setiap usaha untuk meningkatkan kinerja karyawan / pegawai pada pekerjaan yang dipegangnya saat ini atau yang terkait dengan pekerjaannya.

Goldstsein dan Gressner (1988) dalam (Kamil, 2010, hal. 6) mengemukakan bahwa pelatihan sebagai usaha sistematis untuk menguasai keterampilan, peraturan, konsep, ataupun cara berperilaku yang berdampak pada peningkatan kinerja. Selanjutnya menurut Dearden(1984)

dalam (Kamil, 2010, hal. 7) pelatihan pada dasarnya meliputi proses belajar mengajar dan latihan bertujuan untuk mencapai tingkatan kompetensi tertentu atau efisiensi kerja.

Tujuan diadakannya pelatihan menurut Mills dalam (Artasasmita, 1987, hal. 20) adalah untuk menolong peserta pelatihan agar memperoleh keterampilan, sikap, dan kebiasaan berfikir dengan efisien dan efektif.

Dalam suatu penyelenggaraan pelatihan terdapat beberapa komponen yang saling berkaitan satu sama lain. Komponen pelatihan adalah faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kualitas dan mutu suatu pelatihan serta merupakan kunci utama dalam menyusun sebuah program pelatihan. Dilihat sebagai suatu sistem, Sudjana (1996) dalam Kamil (2012, hlm.21) mengemukakan komponen-komponen pelatihan sebagai berikut :

- a. Masukan sarana (*instrument input*)
- b. Masukan mentah (*raw input*)
- c. Masukan lingkungan (*environment input*)
- d. Proses (*process*)
- e. Keluaran (*output*)
- f. Masukan lain (*other input*)
- g. Pengaruh (*impact*)

Manfaat Pelatihan

Pelaksanaan yang berlangsung dengan efektif, akan menumbuhkan kontribusi yang baik bagi berbagai pihak yang terlibat. Berikut adalah penerima keuntungan dari terlaksananya pelatihan yang efektif menurut Siagian (Akhyadi, 2018, hal. 115) diantaranya organisasi, individu, dan hubungan sesama. Ketiga poin tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Organisasi
Produktivitas organisasi dapat meningkat dengan diadakannya pelatihan. Selain itu dapat mendorong sikap keterbukaan manajemen melalui gaya manajemen yang partisipatif.
- b. Individu
Manfaat yang dirasakan oleh individu dengan adanya pelatihan. Diantaranya adalah timbulnya dorongan dalam diri untuk terus meningkatkan kemampuannya. Selain itu, ketakutan dalam menghadapi tugas-tugas yang akan diterima di masa yang akan datang juga akan berkurang.
- c. Hubungan sesama
Presepsi yang sama tentang tugas-tugas yang harus diselesaikan akan muncul. Selain itu terdapat iklim yang baik bagi pertumbuhan seluruh karyawan

Konsep Laba

Laba adalah selisih lebih antara harga penjualan yang lebih besar dan harga pembelian atau biaya produksi; keuntungan yang diperoleh dengan menjual barang lebih tinggi daripada pembeliannya, membungakan uang, dan sebagainya (KBBI, *online*).

Laba merupakan imbalan atas upaya perusahaan menghasilkan barang dan jasa (Suwardjono, 2008, hal. 464). Maka bisa diartikan, laba merupakan kelebihan pendapatan atas biaya yang menyangkut kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa.

Labanya merupakan empat elemen utama yaitu pendapatan (*revenue*), beban (*expense*), keuntungan (*gain*), dan kerugian (*loss*). Menurut Stice, (James, Skousen, & K, 2004) definisi dari elemen-elemen laba tersebut sebagai berikut:

1. Pendapatan (*revenue*) adalah arus masuk atau peningkatan lain dari aktiva suatu entitas atau pelunasan kewajibannya (atau kombinasi dari keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
2. Beban (*expense*) adalah arus keluar atau penggunaan lain dari aktiva atau timbulnya kewajiban (atau kombinasi keduanya) dari penyerahan atau produksi suatu barang, pemberian jasa, atau aktivitas lain yang merupakan usaha terbesar atau usaha pertama yang sedang dilakukan entitas tersebut.
3. Keuntungan (*gain*) adalah peningkatan dalam ekuitas atau (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.
4. Kerugian (*loss*) adalah penurunan dalam ekuitas (aktiva bersih) dari transaksi sampingan atau transaksi yang terjadi sesekali dari suatu entitas dan dari semua transaksi. Kejadian dan kondisi lainnya yang mempengaruhi entitas tersebut, kecuali yang berasal dari pendapatan atau investasi pemilik.

Dalam perhitungan laba rugi, laba terdiri dari berbagai jenis, yaitu

1. Laba Kotor atas penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan
2. Laba bersih operasi perusahaan, merupakan laba kotor dikurangi dengan sejumlah biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.
3. Laba bersih sebelum potongan pajak, yaitu merupakan pendapatan perusahaan secara keseluruhan sebelum potongan pajak perseroan, yaitu perolehan apabila laba operasi dikurangi atau ditambah dengan selisih pendapatan dan biaya lain-lain.
4. Laba bersih sesudah potongan pajak, yaitu laba bersih ditambah atau dikurangi dengan pendapatan dan biaya non operasi dan dikurangi dengan pajak perseroan.

Konsep UMKM

Definisi UMKM menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 1 Pasal 1: Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha bukan merupakan anak cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha kecil atau Usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Konsep Media Sosial

Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium(fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2016).

Konsep Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (Atmoko, 2012, hal. 4).

Fitur-fitur Instagram

Selain mengunggulkan foto dan video yang diunggah oleh pengguna, *instagram* juga memiliki berbagai fitur yang dapat mendukung unggahan tersebut, menurut Syahdatiana (Syahdatina, 2018) beberapa diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)
2. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (Posting)
3. Kamera
4. Efek (Filter)
5. Arroba
6. Label foto (Hashtag)
7. Geotagging
8. Jejaringan sosial
9. Tanda suka
10. Instastory
11. Arsip Foto
12. *Close friend*
13. Siaran langsung
14. IG TV

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, dan observasi. Sampel pada penelitian ini adalah para pelaku usaha di bidang mode yang menjadi peserta Akselerasi UMKM Kota Cimahi yang berjumlah 10 orang. Terdiri atas 2 orang laki-laki dan 8 orang perempuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pertama, Pengetahuan Peserta Akselerasi UMKM Kota Cimahi tentang media Sosial Instagram

Pengetahuan peserta Akslerasi UMKM Kota Cimahi tentang media sosial instagram beragam. Sebagian besar menyebutkan, sudah memiliki akun instagram namun belum mampu memanfaatkan fitur dengan maksimal. Hal ini dikarenakan mereka takut terjadi kesalahan saat akan mencoba fitur tersebut.

Kedua, Proses Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram

Pelatihan ini berjalan selama dua kali. Dalam pelaksanaannya, setiap peserta didampingi oleh satu orang tutor untuk mempraktekan materi yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh narasumber. Selain itu, masing-masing peserta juga difasilitasi satu unit *laptop* agar pelatihan berjalan optimal.

Materi yang dipaparkan antara lain cara menulis *hashtag*, cara mengunggah *instastory*, cara menambahkan lokasi yang terhubung dengan *google maps*, cara menandai foto, cara menulis bio instagram, dan cara mengunggah video di *IG TV*.

Ketiga, Dampak Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Perolehan Laba Perusahaan

Setelah diadakannya pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram, para peserta mengaku merasakan dampak yang cukup signifikan dalam perolehan laba. Permintaan konsumen semakin meningkat seiring penggunaan Instagram sebagai salah satu media pemasaran. Tak hanya itu, sebagian peserta juga menyebutkan mereka memperoleh modal tanpa harus mengajukan pinjaman.

Pembahasan

Pengetahuan peserta Akslerasi UMKM Kota Cimahi tentang media sosial instagram beragam. Sebagian besar menyebutkan, sudah memiliki akun instagram namun belum mampu memanfaatkan fitur dengan maksimal. Hal ini dikarenakan mereka takut terjadi kesalahan saat akan mencoba fitur tersebut.

Revolusi industri 4.0 yang menjadi gerbang menuju gaya hidup yang serba canggih mendorong masyarakat untuk terus memperbaharui wawasan dan keterampilan. Hadirnya program pelatihan kecakapan hidup menjadi salah satu penopang manusia untuk tetap bisa mengikuti perkembangan teknologi yang terus meningkat. Munculnya berbagai kemudahan yang merupakan dampak dari globalisasi juga meningkatkan mobilitas aktifitas manusia yang dilakukan serba *online*. Salah satunya adalah hadirnya media sosial Instagram.

Adanya media sosial Instagram tak hanya diminati oleh generasi muda yang memanfaatkannya sebagai media hiburan tetapi juga menarik perhatian para pelaku usaha. Instagram digunakan sebagai media pemasaran yang cukup menjanjikan. Namun, tidak semua pelaku usaha mampu memasarkan produk atau jasa secara optimal. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai kegunaan fitur-fitur yang tersedia. Fitur yang terdapat dalam media sosial instagram diantaranya *hashtag*, *geotagging*, *likes*, *IG TV* (Syahadatina, 2018). Adanya pelatihan pemanfaatan media sosial instagram diharapkan mampu meningkatkan perolehan laba perusahaan mereka.

Setelah dilakukan pelatihan, terdapat perubahan perolehan laba pada perusahaan peserta Akselerasi UMKM Kota Cimahi. Laba yang dimaksud adalah laba kotor dimana Laba Kotor atas penjualan, merupakan selisih dari penjualan bersih dan harga pokok penjualan (James, Skousen, & K, 2004). Hal ini dikarenakan, optimalisasi penggunaan fitur-fitur yang terdapat di Instagram, contohnya penggunaan *hashtag* untuk mempermudah calon pembeli yang sedang mencari barang. Tak hanya itu, penguatan profil perusahaan pada *bio* juga menarik para pembeli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya peningkatan perolehan laba yang dirasakan oleh peserta Akselerasi UMKM Kota Cimahi setelah diadakannya pelatihan pemanfaatan media sosial Instagram. Hal ini juga didukung oleh adanya fakta bahwa optimalisasi penggunaan fitur-fitur yang terdapat dalam media sosial Instagram meningkat.

REFERENSI

- Akhyadi, A. S. (2015). *Pembangunan Sumber Daya Manusia Dari Konsep, Paradigma, Dan Fungsi Sampai Aplikasi*. BANDUNG: ALFABETA.
- Akhyadi, A. S. (2018). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: UPI PRESS.
- Artasasmita. (1987). *Pedoman Merancang Kursus dan Latihan*. Bandung : Pendidikan Luar Sekolah FIP IKIP .
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta : Media Kita.
- James, D. S., Skousen, F. K., & K, F. S. (2004). *Akuntansi Intermediate Buku Satu Edisi Kelima Belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamil, M. (2010). *Model Pendidikan dan Pelatihan: Konsep dan Aplikasi*. Bandung : Alfabeta.
- Leonardo Sambodo, dkk. (2016). *Penguatan UMKM Untuk Pertumbuhan Ekonomi Yang Berkualitas*. Jakarta : Kementrian PPN/Bappenas.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Santoso, B. (2010). *Skema dan Mekanisme Pelatihan: Panduan Penyelenggaraan pelatihan*. Jakarta: Yayasan Terumbu Karang .
- Suryadi, A. (2012). *Pendidikan, Investasi SDM, dan Pembangunan*. Bandung: Widya Aksara Press.
- Suwardjono. (2008). *Perekayasaan Pelaporan Keuangan (Edisi ketiga)*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta .
- SYAHADATINA, V. D. (2018). *Bias Perempuan dalam Postingan Akun Instagram (Analisis Semiotik pada Akun IndozoneLife)*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.