

DAMPAK INSTAGRAM PADA USAHA DI INDONESIA

Metodologi

Dalam sebuah studi yang ditugasi oleh Instagram, Ipsos melakukan wawancara daring/online terhadap sampel kuota yang representatif (yang ditetapkan berdasarkan usia dan jenis kelamin) dan terdiri atas 3.012 pengguna Instagram (Instagrammer) berusia 13 tahun ke atas di Indonesia serta 502 pengguna profil bisnis Instagram dari usaha kecil dan menengah/UKM (kurang dari 250 karyawan).

Untuk sampel UKM, kami mewawancarai 102 pemilik/pendirinya. Sampel UKM sepenuhnya atau bersama-sama bertanggung jawab untuk kegiatan pengiklanan, pemasaran, humas, atau komunikasi perusahaan dan menggunakan Instagram atas nama perusahaan mereka. Wawancara dilakukan secara daring mulai 21 Agustus hingga 6 September 2018.

Munculnya Tren Bisnis Yang Memprioritaskan Instagram

Secara global, Instagram berperan besar untuk membawa konsumen lebih dekat dengan hal-hal yang mereka cintai, termasuk berbagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang sesuai dengan minat mereka. Kini, Instagram dikenal sebagai salah satu medium bisnis yang paling banyak digunakan di Indonesia.

Instagram memberi UKM kesempatan yang lebih besar untuk meraih sukses dengan meningkatkan jangkauan konsumen baik di kota mereka, kota lain di Indonesia, bahkan ke luar negeri. Fitur-fitur yang disediakan oleh Instagram dirancang untuk membuat interaksi pebisnis dan konsumen lebih mudah, nyaman, dan menarik sehingga hubungan antara bisnis dan konsumen menjadi lebih bermakna.

Instagram Sebagai Wadah Perkembangan UKM di Indonesia

52%



UKM Indonesia yang disurvei lebih memilih untuk mengarahkan pelanggan ke profil bisnis mereka di **Instagram** daripada ke situs web

49%

sangat setuju bahwa **Instagram lebih penting** daripada situs web

43%

menempatkan Instagram sebagai **platform terpenting** untuk kelanjutan kesuksesan berbisnis

66%

sangat setuju bahwa Instagram **membantu mencari pelanggan** di kota dan negara lain

62%

pemilik/pendiri **menemukan inspirasi** dari usaha lain di Instagram

Pengguna di Indonesia Suka Berinteraksi dengan UKM di Instagram

81%



pengguna Instagram di Indonesia **menggunakan Instagram untuk mencari informasi lebih lanjut** ketika tertarik pada sebuah produk atau merek





90%

pernah menggunakan Instagram untuk **berkomunikasi dengan sebuah bisnis**



76%

pernah **membeli dari sebuah merek** setelah menemukan merek tersebut di Instagram



66%

responden sepakat bahwa mereka akan **mempertimbangkan membeli produk atau jasa yang dilihat di Instagram**



45%

sangat setuju bahwa melihat orang lain yang memulai usaha di Instagram **membuat mereka berpikir untuk mencoba membuka usaha**

Instagram Tempat Membangun Usaha

87%



UKM Indonesia yang disurvei setuju bahwa **penjualan mereka meningkat berkat Instagram**

82%



UKM yang disurvei menerima **Direct Message (pesan pribadi)** dari pelanggan setiap hari di Instagram



66%

sangat setuju bahwa **Instagram membantu mereka untuk menemukan pelanggan baru** lebih dari platform lainnya



65%

sangat setuju bahwa **Instagram Stories memudahkan untuk memajang produk/jasa mereka**



63%

meyakini bahwa mereka mampu **menjalin hubungan yang lebih erat dan bermakna dengan pelanggan**



65%

setuju bahwa Instagram **membantu pengembangan produk baru** melalui masukan pelanggan

Instagram Memunculkan Pengusaha-Pengusaha Muda (di bawah 35 tahun):

82%



Pengusaha muda sangat setuju bahwa **Instagram membantu pengusaha muda mencapai target usaha mereka**

63%



74%



71%



Pengusaha muda sangat setuju bahwa **Instagram membantu peluncuran dan kesuksesan usaha baru**

Pengusaha muda sangat setuju bahwa **usaha mereka berkembang pesat karena akun Instagram mereka**

Pengusaha muda setuju bahwa Instagram memberi mereka **kekuatan untuk membangun bisnis sesuai keinginan mereka**

