



# Inovasi Digital: Instagram sebagai Katalisator Kewirausahaan Islami



Bilqis Shintarahayu, dan Rd. Heri Solehudin

balqis@unhas.ac.id, herisolehudin@uhamka.ac.id

## Problem

Di era bisnis Islami, Instagram berperan penting dalam strategi pemasaran digital. Platform ini membantu mempromosikan produk halal dan membangun komunitas sesuai prinsip Islam.

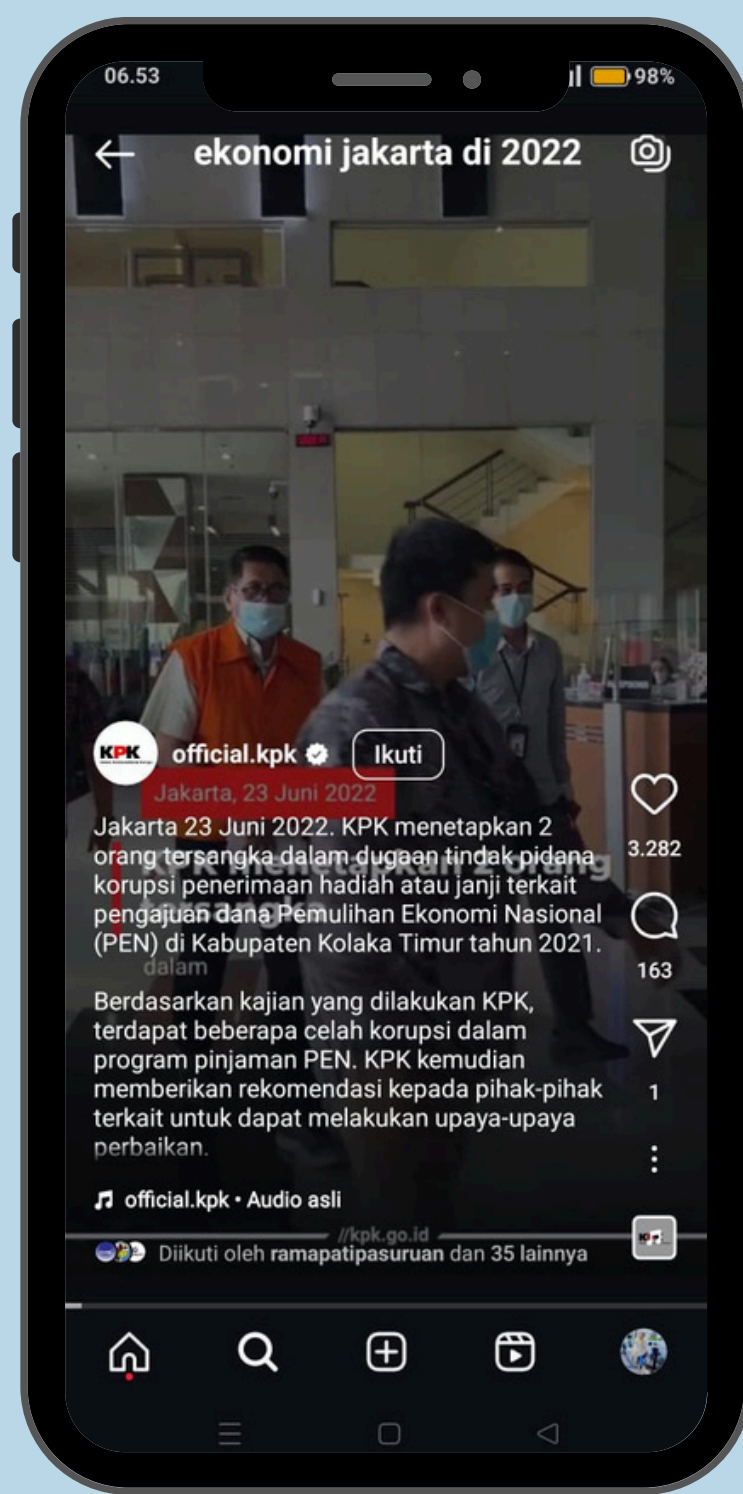


## Basic Concepts

Dalam penelitian ini, kami mengeksplorasi bagaimana Instagram, sebagai platform media sosial berbasis visual, dapat digunakan secara efektif untuk mendukung kewirausahaan Islami. Instagram berfungsi sebagai rangkaian alat pemasaran digital yang memungkinkan wirausahawan Muslim untuk menyampaikan konten yang selaras dengan nilai-nilai Islam dan menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti Stories, Reels, dan IGTV, pengguna dapat berinteraksi secara lebih mendalam dengan pelanggan dan mengkomunikasikan pesan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## Model

Kami menganalisis pengaruh Instagram terhadap kewirausahaan Islami dengan model yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Model ini menilai pola interaksi, efektivitas pemasaran, dan kepatuhan nilai Islam. Hasilnya, wawasan tentang perkembangan kewirausahaan Islami di era digital terungkap, terutama dalam penggunaan Instagram sebagai alat pemasaran yang sesuai syariah.



## References



## References

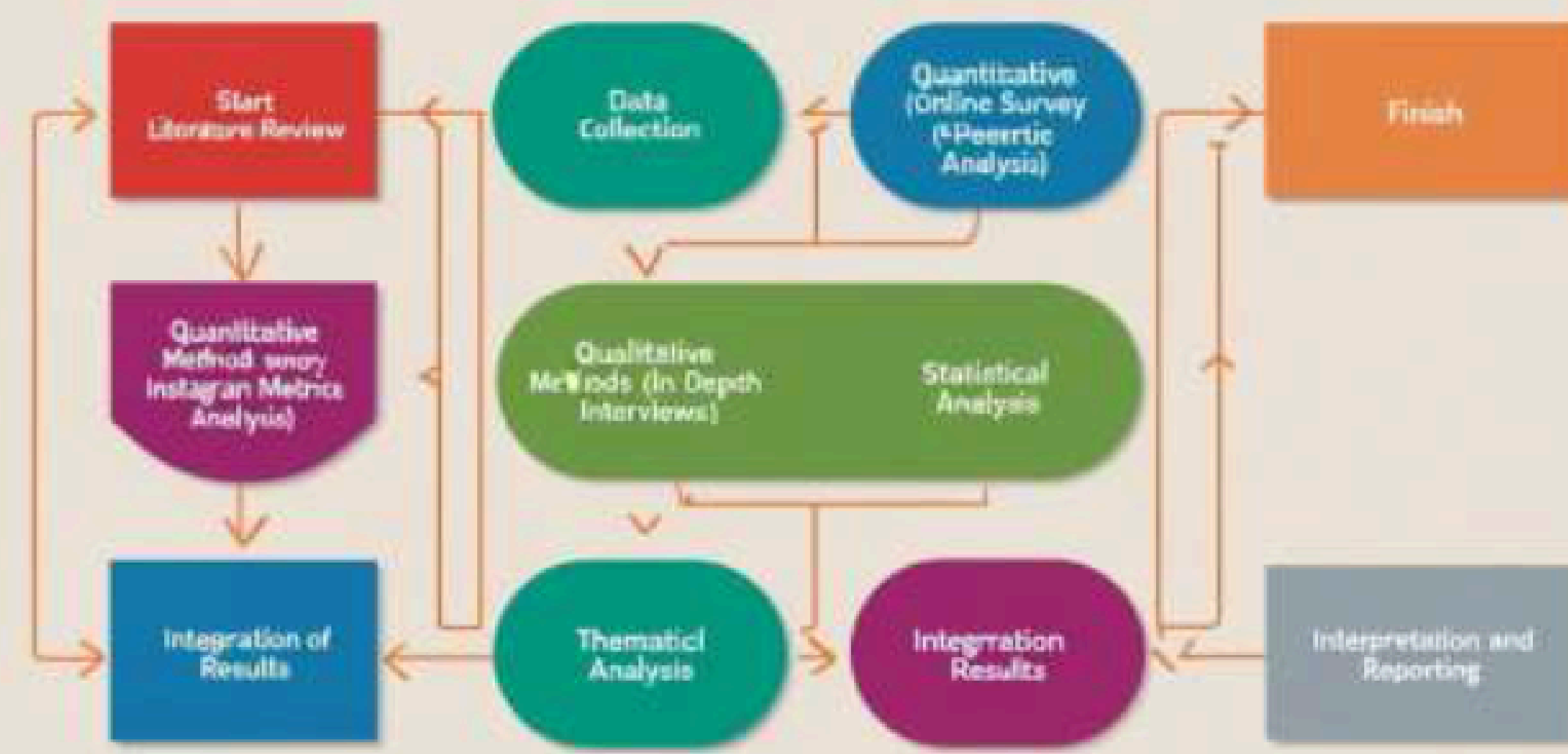
Penelitian ini mendapat dukungan sebagian dari Universitas Hasanuddin dan Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA, Indonesia. Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penelitian ini.

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran, menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif untuk mengeksplorasi pengaruh Instagram pada kewirausahaan Islami. Secara spesifik, metode yang digunakan mencakup:

- 1. Survei Online :** Mengumpulkan data dari 200 wirausahawan Muslim yang aktif menggunakan Instagram sebagai platform pemasaran utama mereka. Survei ini menanyakan tentang penggunaan fitur Instagram, integrasi nilai-nilai Islam dalam konten, dan persepsi mereka terhadap efektivitas pemasaran digital.
- 2. Analisis Metrik Instagram :** Menggunakan data dari metrik Instagram seperti tingkat keterlibatan (engagement rate), jangkauan (reach), dan frekuensi unggahan untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh wirausahawan Muslim.
- 3. Wawancara Mendalam:** Melibatkan wawancara dengan 20 wirausahawan Muslim untuk mendapatkan wawasan kualitatif tentang tantangan dan solusi dalam mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam pemasaran digital.
- 4. Analisis Konten:** Menilai konten Instagram yang dihasilkan oleh wirausahawan Muslim untuk menilai keselarasan dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk penggunaan kutipan Al-Quran dan Hadits, serta promosi nilai-nilai sosial dan lingkungan Islam.
- 5. Studi Kasus:** Memfokuskan pada beberapa bisnis syariah yang berhasil mengoptimalkan penggunaan Instagram, untuk mengidentifikasi praktik terbaik dalam pemasaran digital berbasis nilai Islam.

### Research Process: The Research Flowchart



Gambar 3. Proses Pengaruh Instagram pada Kewirausahaan Islami: Memperbarui Pemasaran Digital dalam Praktik Bisnis Syariah

Tabel 1: Variabel Penelitian Kuantitatif

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Frekuensi Penggunaan Instagram	Seberapa sering wirausahawan menggunakan Instagram untuk bisnis	- Jumlah posting per minggu - Waktu di platform per hari
Jenis Konten	Variasi konten di Instagram	- Foto produk - Video tutorial - Stories - Reels - IGTV
Keterlibatan Pengikut	Tingkat interaksi pengikut dengan konten	- Jumlah likes - Jumlah komentar - Jumlah shares - Tingkat klik tautan
Persepsi Efektivitas	Pandangan wirausahawan tentang efektivitas Instagram dalam pemasaran	- Peningkatan penjualan merek - Peningkatan kesadaran merek - Pertumbuhan basis pelanggan

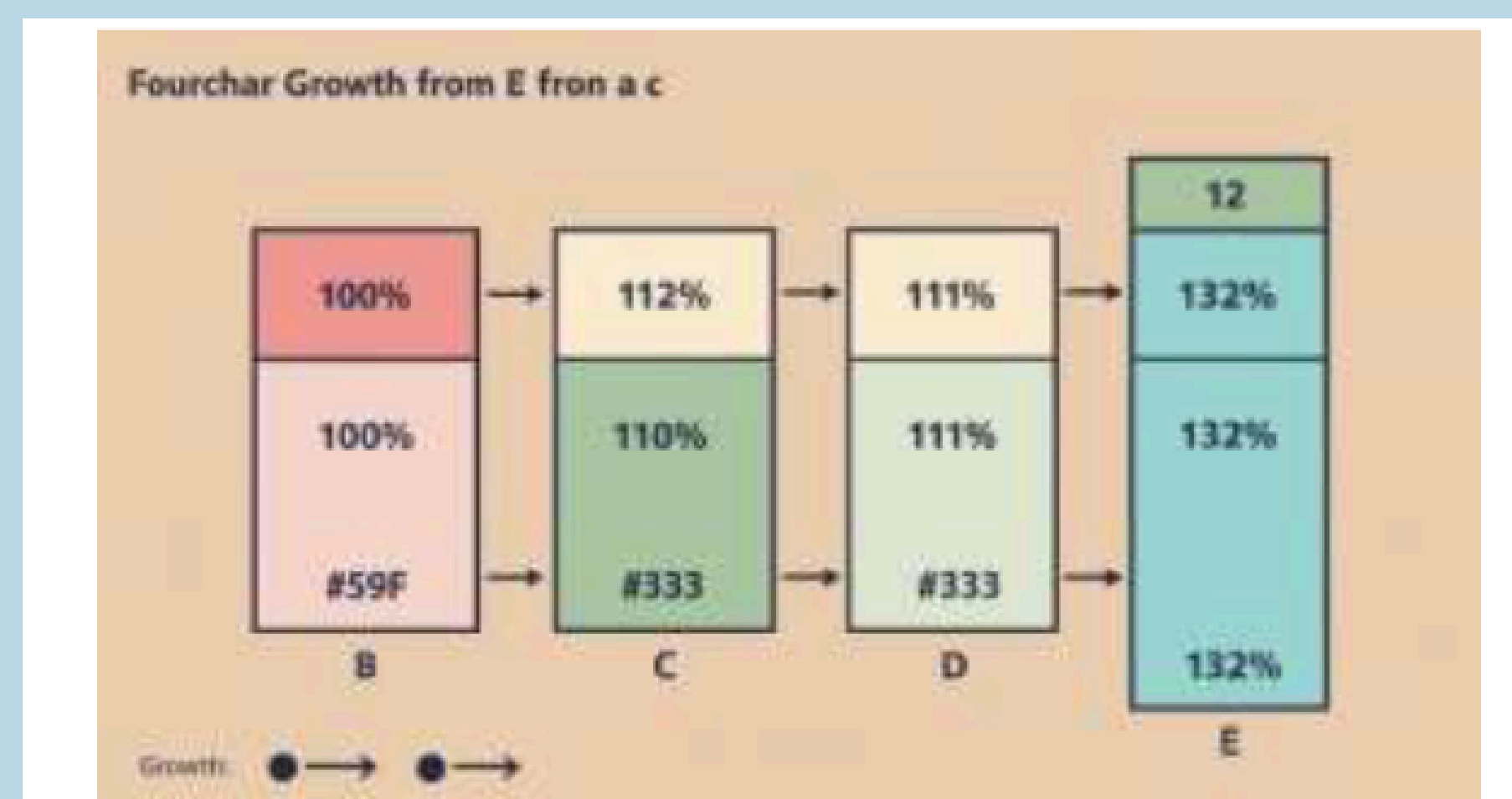


<https://www.instagram.com/reel/DJ Buh2gJMRU?igsh=MTBpY2xjZGx5Z252aQ==>

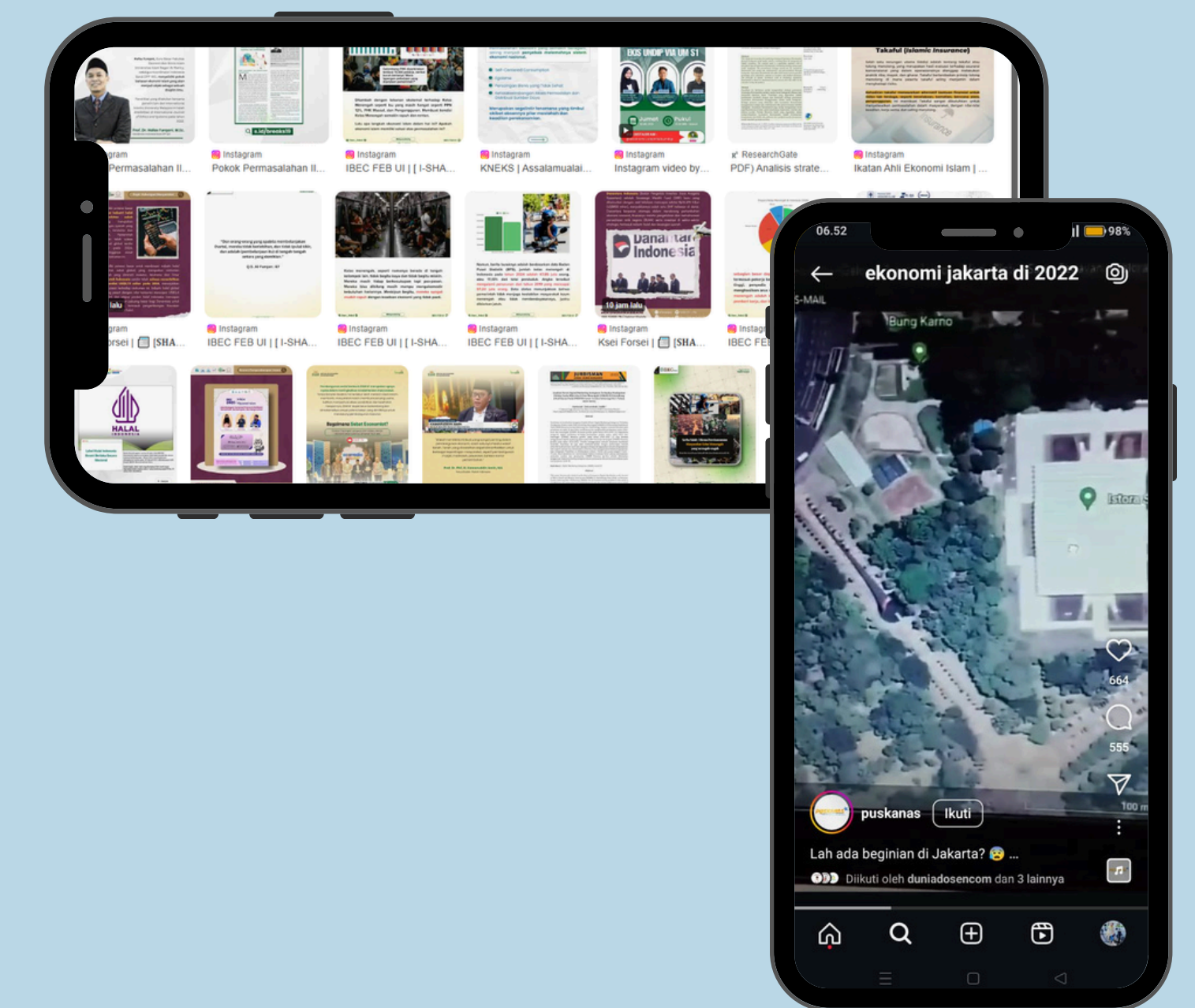
## Hasil dan Diskusi

### Hasil

1. Fitur Instagram: Stories dan Reels 15% lebih tinggi keterlibatannya dibanding feed.
2. Nilai Islam: 78% wirausahawan Muslim sukses mengintegrasikan nilai Islam; 65% mengutip Al-Quran, 82% mengikuti standar halal.
3. Dampak Ekonomi: 200 bisnis syariah naik pendapatan 32% pasca optimasi strategi.
4. Pemasaran Influencer: Kolaborasi dengan influencer Muslim meningkatkan penjualan halal 23%.



Gambar 5. Tren Pertumbuhan Pendapatan Bisnis Syariah di Instagram



### Diskusi

Penggunaan Instagram dalam kewirausahaan Islami menunjukkan hasil menjanjikan dalam pemasaran digital sesuai syariah. Platform ini mempromosikan produk halal dan membangun komunitas yang selaras dengan nilai Islam. Wirausahawan Muslim berhasil mengintegrasikan nilai Islam dalam strategi pemasaran dengan kutipan Al-Quran dan Hadits. Tantangan utama termasuk menjaga keseimbangan visual dan kesopanan, menghindari klaim berlebihan, dan memastikan bahan baku halal. Mengelola interaksi lintas gender dan hambatan teknologi menjadi isu penting. Fitur Instagram seperti Stories dan Reels efektif meningkatkan keterlibatan, sementara kolaborasi dengan influencer Muslim meningkatkan penjualan produk halal.

### Kesimpulan

1. Instagram: sarana pemasaran yang efektif dan hemat biaya
2. Prinsip ekonomi Islam dalam kewirausahaan
3. Pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam analisis
4. Strategi pemasaran digital dengan prinsip-prinsip Islam
5. Nilai-nilai Islam yang meningkatkan daya tarik bisnis
6. Penerapan teknologi dalam pengembangan bisnis
7. Pengelolaan sumber daya manusia berbasis Islam
8. Keberlanjutan bisnis dengan pendekatan etika Islam