

BAB IV

PAPARAN DATA DAN PENEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum Es Tari Legendaris

a. Profil Kedai Es Tari Legendaris

Usaha ini dikenal dengan nama 'Es Legenda Pak Tari', diambil dari nama pemiliknya, yaitu Pak Tari. Pria berusia 50 tahun dengan dua anak ini merintis bisnis tersebut bersama istrinya. Hingga tahun 2025, Pak Tari telah menjalankan usaha ini selama 33 tahun, dimulai sejak tahun 1992. Berkat ketekunan dan kerja kerasnya, usaha ini terus berkembang. Berlokasi di tepi jalan utama yang menghubungkan antarkota menuju Surabaya, tepatnya di Jalan Plemahan-Kunjang, Dusun Sawah, Desa Kapas, Kecamatan Kunjang, Kabupaten Kediri, gerai Es Legenda Pak Tari menjadi tempat favorit para pengendara untuk singgah dan melepas dahaga.

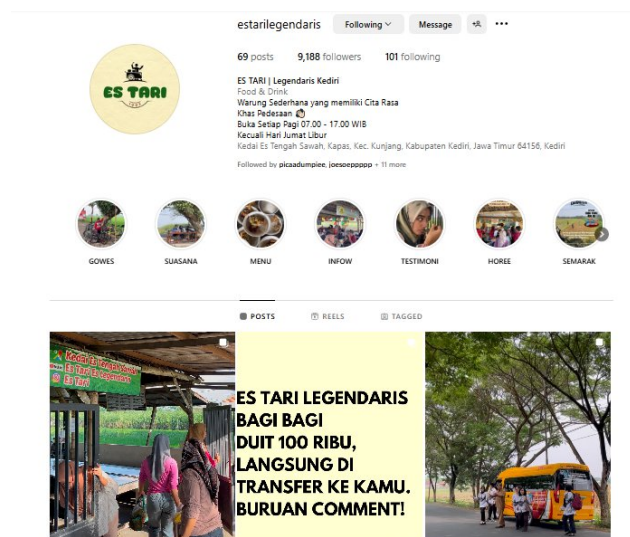
Pada awalnya, usaha ini dimulai di seberang jalan dari lokasi saat ini, berupa warung kaki lima berukuran kecil seiring berjalannya waktu bisnis pak tari semakin berkembang sehingga bisa membangun kedai yang lebih besar. Pada tahun 2010, akibat pelebaran jalan oleh pemerintah, Pak Tari mengalami penurunan omset, sehingga ia memutuskan untuk mempercantik tampilan tempat usahanya agar lebih menarik bagi pelanggan.

Menu andalan yang ditawarkan adalah Es Kacang Hijau dan Ketan Hitam. Selain itu, tersedia juga nasi bungkus dan berbagai jenis gorengan sebagai pelengkap. Harga makanan di Kedai ini tergolong terjangkau, yaitu sekitar Rp 6.000 untuk menu biasa, dan Rp 7.000 untuk Nasi Bakar serta Es Kacang Hijau, menjadikannya pilihan yang sesuai bagi masyarakat yang datang berkunjung.

b. Profil Media Sosial Instagram Kedai Estari Legendaris

Akun Instagram @estari_legendaris mulai aktif digunakan secara intensif sejak tahun 2022. Akun ini digunakan sebagai media promosi dengan menampilkan foto produk, testimoni pelanggan, dan pengumuman promo. Jumlah pengikut hingga 2025 tercatat lebih dari 5.000 akun dengan engagement rate yang cukup tinggi.

Gambar 1.1



Sumber :Akun Instagram Es Tari Legendaris

c. Jumlah Karyawan dan Jam Operasioal Es Tari Legendaris

Es Tari Legendaris diketahui memiliki 8 karyawan. Jam operasional Es Tari Legendaris yaitu buka mulai Pukul 07:00 – 17:00 buka setiap hari kecuali hari Jum'at.

d. Jenis Produk Yang Dijual Es Tari Legendaris

Terdapat 2 jenis Menu pada Es Tari legendaris yaitu Menu Utama dan Macam-macam Makanan Ringan serta jajanan tradisional.

Tabel 1.4

Jenis Daftar Menu Utama Es Tari Legendaris

No	Jenis Produk	Harga
1.	Es Tari	Rp 8.000
2.	Soda Gembira	Rp 14.000
3.	Joshua	Rp 12.000
4.	Susu Biasa	Rp 5.000
5.	Es Air Kelapa	Rp 5.000
6.	Nasi Bakar	Rp 9.000
7.	Nasi Bungkusan	Rp 7.000
8.	Makanan Ringan	Rp. 5.000

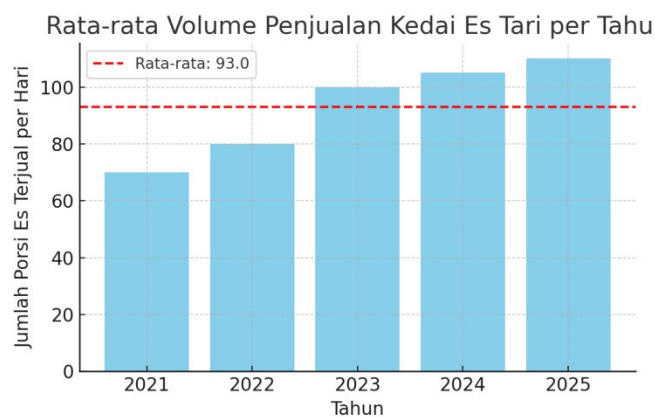
Sumber: Kedai Es Tari Legendaris

Dari tabel daftar menu di atas dapat dilihat bahwa jenis Minuman Es Tari lebih mendominasi daripada Minuman Lainnya.

e. Volume Penjualan Es Tari legendaris

penjualan berbanding lurus dengan omzet yang didapat. Semakin besar tingkat penjualan maka makin besar pula omzet usaha yang didapatkan. Hal tersebut dapat dicapai apabila suatu usaha memiliki pembeli yang tidak sedikit. Salah satu cara untuk mendapatkan banyak pembeli adalah dengan memperluas dan membangun jaringan.¹

Gambar 1.2



Berdasarkan grafik di atas, diketahui bahwa rata-rata penjualan harian selama lima tahun terakhir adalah sekitar 93 porsi per hari. Peningkatan paling signifikan terjadi setelah tahun 2022, yakni ketika strategi promosi digital mulai diterapkan secara konsisten oleh pihak Kedai Es Tari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Kedai Es Tari Legendaris, Bapak Tari, diketahui bahwa promosi melalui Instagram

¹ Keen Achroni, Tips cerdas Menggenjot Penjualan dan Omzet, (Yogyakarta: Literindo,2020).

telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan. Pemanfaatan Instagram mulai dilakukan secara intensif sejak pertengahan tahun 2022, dengan tujuan menjangkau konsumen yang lebih luas. Dalam wawancaranya, Bapak Tari menyatakan:

“Sejak pertengahan 2022, anak saya bantu buat akun Instagram. Awalnya cuma upload foto, lama-lama jadi rutin update dan Setelah beberapa kali upload dan bikin promo, banyak pelanggan baru yang datang karena lihat postingan.”²

B. Peran Promosi Instagram Es Tari Legendaris

Menurut penuturan Owner Es Tari Legendaris yakni Pak Tari, promosi dalam suatu usaha menjadi hal yang wajib dilakukan, sebab dari promosi tersebut suatu usaha dapat mengenalkan produk yang dijual kepada khalayak luas. Sehingga diharapkan akan menciptakan proses jual beli antara orang yang membutuhkan atau menginginkan dengan penjual. Menurut penjelasan Tari strategi promosi merupakan jantung dari kegiatan penjualan, baik promosi yang dilakukan secara sederhana ataupun dengan cara-cara yang lebih sistematis. Semua usaha tersebut dilakkan dalam upaya memperkenalkan produk dan menarik perhatian calon konsumen sehingga menimbulkan penjualan. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dengan Pak Tari.

“Sangat penting, Mbak. Sekarang zamannya orang lebih sering lihat HP daripada tanya langsung ke tetangga. Kalau nggak ikut promosi lewat Instagram, ya bisa ketinggalan sama yang lain. Dari pengalaman saya sendiri, sejak pakai Instagram, pelanggan makin banyak. Banyak anak muda yang tahu kedai saya dari sana. Jadi menurut saya, promosi lewat media sosial itu bukan sekadar tambahan, tapi memang sudah jadi kebutuhan buat usaha zaman sekarang. Apalagi buat usaha kecil kayak

² Wawancara, Pak Tari, Kedai Es Tari 3 Mei 2025, pukul 13.30.

saya ini, yang nggak punya biaya banyak buat iklan di TV atau baliho.”³

Strategi promosi yang diterapkan oleh Es Tari Legendaris yaitu sebagai berikut:

a. *Advertising* (Periklanan)

Salah satu strategi utama yang diterapkan oleh Kedai Es Tari Legendaris adalah advertising atau periklanan melalui platform media sosial, khususnya Instagram. Periklanan ini dilakukan dengan cara mengunggah konten visual berupa foto dan video produk, khususnya es yang disajikan dalam kondisi menarik dan menggugah selera. Pemilik kedai secara rutin memperbarui konten, termasuk foto menu terbaru, promosi harian, hingga potongan video singkat pembuatan es. Strategi ini bertujuan untuk menarik perhatian konsumen baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

“Sejak pertengahan 2022, anak saya bantu buat akun Instagram. Awalnya cuma upload foto, lama-lama jadi rutin update. Sekarang hampir tiap minggu pasti posting, biar orang tahu es-nya masih ada dan masih ramai.”⁴

Konten-konten tersebut dipublikasikan secara terjadwal, dengan memperhatikan momen tertentu seperti akhir pekan atau libur sekolah, di mana potensi pembelian meningkat. Meski tidak menggunakan iklan berbayar (sponsored post), strategi advertising ini termasuk dalam kategori organik advertising, yaitu promosi yang memanfaatkan platform media secara gratis namun konsisten dan menarik secara visual. Strategi ini juga menunjukkan kesesuaian dengan prinsip

³ Wawancara, Mas Juan, Kedai Es Tari Legendaris, 7 April 2025, pukul. 10.00

⁴ ibid

promosi dalam Islam, karena konten yang disajikan jujur, tidak dilebih-lebihkan, dan sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya.

b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Sales promotion adalah bentuk strategi promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan secara cepat melalui tawaran-tawaran khusus kepada konsumen, seperti diskon, bonus, atau promo terbatas. Kedai Es Tari Legendaris secara aktif menerapkan strategi ini sebagai bagian dari upaya menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan lama. Bentuk promosi penjualan yang dilakukan antara lain Promo beli 3 gratis 1, Diskon untuk pelanggan tetap, Promo saat momen spesial seperti Ramadan atau hari libur.

Promosi ini biasanya diumumkan melalui unggahan di akun Instagram kedai, sehingga pelanggan dapat langsung mengetahui penawaran yang sedang berlaku. Strategi ini terbukti meningkatkan frekuensi pembelian, terutama pada akhir pekan dan musim panas. Sejalan dengan hasil wawancara dengan Pak Tari yang menjelaskan bahwa:

“Kadang kalau pas ramai, kami bikin promo ‘beli 3 gratis 1’ atau diskon kalau beli banyak. Biasanya kami tulis di Instagram biar pelanggan tahu, selain itu ada juga untuk pelanggan baru sistemnya siapa yang memfollow akun instagram kami akan dapat es tari free 1 bungkus. Tidak hanya itu terkadang saat hari besar kami juga mengadakan give away dengan hadiah voucher gratis.”⁵

Strategi ini menjadi cara efektif untuk: Meningkatkan daya tarik

⁵ ibid

produk, Menambah loyalitas konsumen, Menghabiskan stok bahan dalam waktu cepat. Selain itu, dari perspektif Islam, bentuk sales promotion ini masih dalam kategori muamalah yang diperbolehkan, selama tidak ada unsur penipuan, tidak memaksa, dan disampaikan dengan transparan.

c. Promosi Melalui Media Sosial

Promosi melalui media sosial merupakan strategi utama yang diterapkan oleh Kedai Es Tari Legendaris dalam menghadapi era digital. Platform yang digunakan adalah Instagram, yang secara aktif dikelola oleh pemilik dan anak-anaknya. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi dua arah untuk memperkenalkan produk, memberikan informasi, membangun interaksi, hingga menjangkau pelanggan baru. Konten yang diunggah meliputi: Foto es segar yang menggugah selera, Video pembuatan es, Testimoni pelanggan, Info promo dan diskon, Lokasi dan jam buka. Hal ini sejalan dengan wawancara dengan Pak Tari selaku Pemilik Kedai

“Banyak pelanggan baru yang datang karena lihat postingan di Instagram. Ada juga yang tanya lokasi lewat DM. Jadi sangat terasa manfaatnya.”⁶

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat menampilkan produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang membangun kedekatan dengan konsumen. Respon terhadap komentar, pesan pribadi, dan interaksi dalam story Instagram menjadi kunci

⁶ Wawancara, Pak Tari, Pemilik Kedai Es Tari.

untuk mempertahankan loyalitas pelanggan.

“Kalau ada yang komentar atau tanya-tanya di DM, kami usahakan jawab cepat. Biar mereka merasa dilayani.”⁷

Dari sisi syariah, promosi ini sah dan diperbolehkan karena tidak mengandung unsur penipuan, tidak menyesatkan, serta menyampaikan informasi secara jujur. Hal ini sejalan dengan prinsip muamalah Islam, yaitu transparansi, kejujuran, dan akhlakul karimah dalam bertransaksi. Dampak Promosi Instagram terhadap Penjualan.

C. Peran Promosi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Es Tari

Legendaris

Promosi melalui Instagram telah memainkan peran strategis dan signifikan dalam meningkatkan penjualan Kedai Es Tari Legendaris. Sebagai salah satu platform media sosial yang populer, Instagram mampu menjangkau audiens yang lebih luas secara visual dan interaktif. Melalui konten visual seperti foto, video, dan story, kedai ini berhasil menarik perhatian konsumen, meningkatkan engagement, serta mendorong pembelian. Pemilik kedai menyatakan bahwa sejak aktif mempromosikan usahanya melalui Instagram pada pertengahan tahun 2022, terjadi peningkatan jumlah pelanggan yang cukup signifikan.

“Setelah beberapa kali upload dan bikin promo, banyak pelanggan baru yang datang karena lihat postingan.”

Selain pemilik, beberapa pelanggan juga mengakui bahwa mereka mengenal kedai ini dari unggahan Instagram, baik yang dibagikan oleh

⁷ ibid

pihak kedai maupun dari repost pelanggan lain.

“Awalnya tahu dari Instagram. Temen repost es-nya, terus saya kepo, ternyata tampilannya seger banget. Pas saya datang, rasanya juga enak dan sesuai. Sekarang malah jadi langganan.”⁸

Promosi Instagram juga dinilai memudahkan pelanggan mendapatkan informasi terbaru, seperti jam buka, promo, dan lokasi.

“Saya sering lihat di story Instagram mereka, ada promo beli 3 gratis 1. Langsung tertarik karena memang sering beli buat anak-anak.”

Secara tidak langsung, promosi melalui Instagram juga menciptakan efek *word of mouth* digital, karena pelanggan yang puas cenderung membagikan pengalaman mereka melalui story atau tag ke akun kedai.

Analisis penjualan yang dilakukan, dapat dilihat bahwa sejak tahun 2022 hingga 2025 terjadi peningkatan rata-rata penjualan harian dari 80 porsi menjadi 110 porsi per hari. Ini memperkuat bahwa peran Instagram bukan hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai pendorong pertumbuhan penjualan nyata.

Sudut pandang Islam, penggunaan Instagram sebagai sarana promosi diperbolehkan dan bahkan dianjurkan selama promosi dilakukan dengan cara yang jujur, transparan, dan tidak mengandung unsur manipulatif. Hal ini sejalan dengan prinsip muamalah yang menekankan kejujuran (*shidq*) dan amanah.

a. promosi berperan meningkatkan penjualan

⁸ Wawancara, Fajar, Pelanggan Es Tari Legendaris

Promosi memegang peran penting dalam mendorong peningkatan penjualan Kedai Es Tari Legendaris. Melalui strategi promosi yang konsisten dan tepat sasaran, usaha ini berhasil menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan frekuensi pembelian. Terutama sejak kedai mulai menggunakan Instagram sebagai media promosi utama, terjadi perubahan signifikan dalam jumlah pelanggan harian.

Promosi melalui konten visual seperti foto es segar, video proses pembuatan, dan testimoni pelanggan mampu menarik perhatian calon konsumen. Selain itu, strategi promosi seperti diskon, bonus, dan informasi promo yang diunggah secara berkala juga mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian lebih cepat dan dalam jumlah lebih besar.

Tabel 1.4

Hari	Sebelum Promosi Instagram (2022)	Setelah Promosi Instagram (2024-2025)
Senin - Kamis	300 porsi/hari	600–700 porsi/hari
Sabtu-Minggu	600 porsi/hari	1.000 porsi/hari
Rata-Rata	400–500 porsi/hari	700–800 porsi/hari

Tabel diatas menunjukkan dampak kuantitatif dari penggunaan Instagram terhadap volume penjualan. Kenaikan paling

besar terjadi pada hari biasa (Senin–Kamis), yang sebelumnya cenderung sepi. Ini membuktikan bahwa promosi Instagram membantu mendatangkan konsumen tidak hanya di akhir pekan, tetapi juga di hari kerja.

b. promosi berperan untuk meningkatkan omzet

Seperti yang telah dijelaskan diawal bahwa menurut Keen Achroni semakin besar tingkat penjualan yang terjadi maka semakin tinggi pula omzet yang didapatkan.⁹ Promosi yang dilakukan oleh Kedai Es Tari Legendaris melalui media sosial, khususnya Instagram, tidak hanya berdampak pada jumlah pelanggan, tetapi juga secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan omzet (pendapatan kotor) kedai. Strategi promosi yang dijalankan berhasil mendorong volume pembelian, meningkatkan jumlah transaksi harian, dan memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya meningkatkan omzet penjualan. Pemilik kedai menyampaikan bahwa setelah menggunakan Instagram secara aktif, omzet kedai meningkat seiring dengan naiknya jumlah pembeli.

Tabel 2.4

kategori	Sebelum Promosi	Sesudah Promosi	Kenaikan
Total Mingguan	Rp27.600.000	Rp42.400.000	Rp14.800.000
Omzet Harian Rata-	Rp3.942.857	Rp6.057.143	Rp2.114.286

⁹ Keen Achroni, *Tips Cerdik Menggenjot Penjualan dan omzet*, (Yogyakarta: Literindo, 2015).

rata			
------	--	--	--

Sumber: Wawancara¹⁰

Tabel di atas menunjukkan bahwa setelah Kedai Es Tari Legendaris melakukan promosi secara aktif melalui Instagram:

1. Omzet harian meningkat secara signifikan, terutama di hari kerja (Senin–Kamis) dari Rp3,2 juta menjadi Rp5,2 juta.
2. Total omzet mingguan meningkat dari Rp27,6 juta menjadi Rp42,4 juta, atau naik sebesar ±53,6%.
3. Promosi melalui media sosial terutama Instagram mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan ketertarikan konsumen, terutama dari kalangan anak muda yang aktif di platform tersebut.

Secara keseluruhan, strategi promosi yang konsisten, interaktif, dan visual melalui Instagram memberikan dampak nyata dalam meningkatkan omzet dan keberlangsungan bisnis, sekaligus dapat dijalankan sesuai nilai-nilai Islam seperti kejujuran, keterbukaan, dan keadilan dalam berdagang.

Promosi juga meningkatkan *repeat order* karena konsumen merasa mendapatkan keuntungan lebih, baik dari sisi harga maupun informasi yang mudah diakses. Dari sudut pandang ekonomi Islam, peningkatan omzet yang diperoleh melalui promosi tetap harus berada dalam koridor syariah, yaitu tidak

¹⁰ Wawancara, pak tari, Kedai Es Tari Legendaris, 3 Mei 2025, pukul 13.00

mengandung unsur gharar (ketidakjelasan), penipuan, atau manipulasi. Promosi yang dilakukan oleh Kedai Es Tari termasuk kategori yang diperbolehkan karena dilakukan secara jujur dan transparan. Berdasarkan wawancara dengan pak tari pemilik kedai Es Tari Legendaris

“Awalnya kami jualan biasa saja, hanya mengandalkan pelanggan tetap dan orang sekitar desa. Tapi sejak anak saya bantu promosi lewat Instagram, yang beli jadi lebih banyak, apalagi pas weekend. Banyak juga yang tahu dari story atau reels yang kami unggah.”¹¹

- c. Promosi berperan dalam menambah orang-orang baru
Menurut owner Es Tari Legendaris,

Pemilik Kedai Es Tari Legendaris, promosi yang dilakukan melalui Instagram memiliki peran besar dalam menarik pelanggan baru yang sebelumnya belum pernah datang ke kedai. Dengan jangkauan media sosial yang luas dan tanpa batasan geografis, banyak orang dari luar desa atau bahkan luar kecamatan yang mengetahui keberadaan Es Tari hanya melalui unggahan foto dan video di Instagram.

Pemilik kedai menyampaikan bahwa sebagian besar pelanggan baru mengenal kedainya bukan dari promosi konvensional, melainkan dari media sosial yang mereka lihat di timeline atau story teman-teman mereka.

“Banyak pelanggan baru yang datang karena lihat postingan di

¹¹ Wawancara, pak tari, Kedai Es Tari Legendaris, 3 Mei 2025, pukul 13.00

Instagram. Ada yang dari Pare, ada juga dari Kunjang, katanya pengen nyoba karena lihat foto es-nya segar.”¹²

Promosi di Instagram memberikan efek viral secara organik. Ketika seorang pelanggan mengunggah ulang (repost) postingan dari Es Tari atau membagikan story saat membeli, secara tidak langsung hal tersebut menjadi promosi tambahan yang menjangkau jaringan pertemanan mereka.

“Saya tahu kedai ini dari story temen. Dia posting es-nya, kelihatan enak banget. Jadi saya penasaran dan langsung datang ke sini.”¹³

Hal ini membuktikan bahwa promosi yang dilakukan secara konsisten melalui media sosial tidak hanya mempertahankan pelanggan lama, tetapi juga terus menambah konsumen baru dari berbagai kalangan dan wilayah.

Dari sudut pandang bisnis dan syariah, menjaring pelanggan baru melalui media sosial dapat menjadi peluang dakwah muamalah Islam jika dilakukan secara jujur dan profesional. Usaha seperti ini juga memperluas rezeki yang halal bagi pelaku usaha, selama dilakukan dengan niat yang baik dan cara yang benar.

D. Peran Promosi Es Tari Legendaris Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, promosi merupakan bagian dari kegiatan muamalah, yaitu hubungan sosial dan ekonomi antar manusia yang harus dijalankan dengan prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan etika. Promosi

¹² Wawancara, pak tari, Kedai Es Tari Legendaris, 3 Mei 2025, pukul 13.00

¹³ Wawancara, Fajar, Pelanggan Es Tari Legendaris, 4 Mei 2025, Pukul 13.48

yang dilakukan oleh Kedai Es Tari Legendaris melalui Instagram dapat dinilai positif karena dijalankan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Pemilik kedai secara sadar menerapkan prinsip keislaman dalam promosi yang ia lakukan. Konten yang diunggah berupa gambar asli produk, tanpa editan berlebihan, dan informasi yang disampaikan selalu sesuai dengan kenyataan di lapangan.

“Kami nggak bohongin harga, foto yang ditampilkan juga asli. Nggak edit yang aneh-aneh, dan nggak pakai kata-kata yang berlebihan.”¹⁴

Promosi yang dilakukan juga tidak mengandung unsur *gharar* (ketidakjelasan), *tadlis* (penipuan), maupun iklan yang menyesatkan. Bahkan, dalam beberapa kontennya, pemilik kedai memberikan edukasi tentang cara pembuatan es yang higienis dan menyenangkan. Ini mencerminkan prinsip transparansi dan amanah yang ditekankan dalam ajaran Islam.

Landasan syariah atas promosi jujur dapat dilihat dari firman Allah SWT dalam:

وَيْدٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝۱۱ الَّذِينَ إِذَا كُتِبُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝۲
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ۝۳

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi." QS. Al-Muthaffifin: 1-3

Ayat ini mengingatkan pentingnya kejujuran dalam transaksi dan promosi, serta larangan untuk menampilkan sesuatu secara tidak proporsional demi keuntungan. Prinsip ini menjadi dasar moral dalam

¹⁴ ibid

aktivitas promosi, agar pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga menjaga nilai-nilai keadilan, kebenaran, dan akhlakul karimah dalam berdagang.

Dengan demikian, promosi yang dilakukan oleh Es Tari Legendaris dapat dikatakan mewakili praktik promosi Islami yang Menjunjung tinggi kejujuran (*shidq*), Menjaga kepercayaan (*amanah*). Promosi tidak hanya menjadi alat pemasaran, tetapi juga sarana menjaga etika bisnis dalam Islam, memperluas manfaat usaha, dan memberi keberkahan dalam rezeki.

E. Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian, peneliti menemukan beberapa hal penting yang menggambarkan peran promosi melalui media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Kedai Es Tari Legendaris, serta bagaimana aktivitas tersebut ditinjau dari perspektif Islam.

1. promosi Es Tari Legendaris dilakukan dalam bentuk:

a. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan merupakan sarana promosi yang memanfaatkan media sebagai alat pendukung promosinya. Media tersebut diantaranya bisa berupa media cetak ataupun media elektronik. Dalam hal ini Es Tari Legendaris menggunakan jenis promosi periklanan dari simbol dan logo dan media digital dengan membuat konten yang menarik pelanggan. Beberapa iklan yang juga sebagai pendukung kegiatan promosi.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Promosi penjualan yang sering digunakan oleh Es Tari Legendaris dalam menarik minat beli pelanggan adalah dengan give away pada hari-hari tertentu.

c. Promosi melalui media sosial

Kegiatan promosi melalui media sosial adalah hal yang selalu Es Tari Legendaris lakukan yakni melalui media sosial *Instagram* sebagai penunjang. Kegiatannya meliputi memposting konten-konten promosi dari pribadi dan pusat, merespon konsumen melalui kolom komentar Promosi Melalui Media Sosial. Es Tari Legendaris menggunakan media sosial sebagai media promosi seperti *Instagram*. Promosi menggunakan *Instagram* yaitu dengan mengundang *Food Vlogger* terkenal untuk mereview produk Es Tari Legendaris lalu menguploadnya agar dapat menarik minat konsumen.

2. Peran Promosi Es Tari Legendaris

a. Promosi Berperan Dalam Meningkatkan Penjualan Es Tari Legendaris melakukan promosi

Guna mencapai volume penjualan yang diinginkan. Dengan konsisten melakukan promosi maka semakin banyak orang yang mengetahui Es Tari Legendaris dan produk yang ia jual. Sehingga Es Tari Legendaris dapat terus diingat oleh orang yang melihat. Strategi Promosi Berperan Dalam

Meningkatkan Omzet Hal ini dapat dicapai apabila peran promosi pada penjualan dapat tercapai pula. Karena omzet akan berbanding lurus dengan volume penjualan yang terjadi. Berkat strategi promosi yang diterapkan Es Tari Legendaris omzet meningkat karena penjualannya meningkat.

b. promosi berperan dalam menambah orang-orang baru

Salah satu temuan penting dari penelitian ini adalah bahwa promosi melalui media sosial Instagram berperan besar dalam menarik perhatian pelanggan baru, terutama dari luar wilayah sekitar Kedai Es Tari Legendaris. Dengan memanfaatkan kekuatan visual dan jangkauan luas media sosial, promosi yang dilakukan berhasil menjangkau masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui keberadaan kedai tersebut. Konten-konten promosi yang diunggah, seperti foto es yang menggugah selera, video singkat pembuatan minuman, hingga testimoni pelanggan, secara langsung mendorong rasa penasaran dari calon konsumen baru. Mereka kemudian datang untuk mencoba produk yang telah mereka lihat sebelumnya secara online.

3. Promosi Es Tari Legendaris Dalam Perspektif Islam

Promosi dalam perspektif Islam merupakan bagian dari aktivitas muamalah yang sangat diperhatikan aspek etika dan hukumnya. Peneliti menemukan bahwa promosi yang

dijalankan oleh Kedai Es Tari Legendaris melalui Instagram bukan hanya sekadar strategi bisnis, namun juga mencerminkan nilai-nilai Islam dalam transaksi ekonomi, yakni kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*amānah*), dan keterbukaan (transparansi). Berikut adalah uraian temuan berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik kedai, pengamatan konten promosi, serta interaksi kedai dengan pelanggan.

Dalam Islam, jujur adalah prinsip utama dalam berdagang. Kedai Es Tari Legendaris menjaga integritas dengan menyampaikan informasi promosi secara jujur tanpa dilebih-lebihkan, baik dalam bentuk foto, deskripsi, maupun keterangan promo. Foto yang diunggah menggambarkan bentuk asli es, tanpa filter manipulatif atau testimoni palsu. Kedai ini juga menunjukkan nilai *amanah*, yaitu dapat dipercaya dan bertanggung jawab. Hal ini tercermin dalam kesesuaian antara konten promosi dan kenyataan di lapangan. Jika kedai mengumumkan promo “beli 3 gratis 1” di Instagram, maka promo tersebut benar-benar berlaku di tempat tanpa syarat tersembunyi. Selain itu, pemilik juga menjaga waktu buka dan pelayanan sesuai informasi yang diberikan.. Dan *tabligh* yang artinya menyampaikan atau komunikatif saat melakukan promosi. Selain itu, promosi dalam perspektif Islam dapat dilihat dari sudut pandang konsumen Es Tari Legendaris apakah

mereka menerima informasi yang benar atau terdapat kata-kata yang sengaja dilebih-lebihkan ataupun disembunyikan. Tidak Mengandung Unsur yang Diharamkan Seluruh promosi yang dilakukan tidak mengandung unsur Kebohongan, Gharar, Tadhlis (penyamaran cacat), Konten sensual atau aurat, Musik yang mengandung maksiat. Foto dan video yang diunggah menampilkan produk secara sopan dan tidak menyalahi etika Islam. Bahkan dalam caption pun, tidak terdapat bahasa vulgar atau berlebihan.