

BAB V

PEMBAHASAN

A. Peran Promosi Es Tari Legendaris

Promosi merupakan kunci primer dalam kegiatan pemasaran, berdasarkan alat-alat promosi bersifat mempengaruhi dan merangsang pembelian dalam waktu singkat dan dalam jumlah besar. Jadi strategi promosi merupakan tindakan suatu usaha yang dilakukan untuk membujuk, mendorong dan meyakinkan pelanggan melalui komunikasi untuk melakukan pembelian. Komunikasi tersebut terkandung alat-alat promosi seperti periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung.

Instagram telah menjadi media utama yang dimanfaatkan oleh Kedai Es Tari Legendaris untuk melakukan promosi usaha. Penggunaan Instagram tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan dengan strategi yang terarah dan konsisten. Promosi dilakukan melalui konten visual seperti foto es yang menarik, video proses pembuatan (reels), serta penggunaan fitur story yang interaktif. Dalam praktiknya, strategi promosi ini berfokus pada Penyampaian informasi produk secara menarik dan aktual yaitu pemilik kedai secara rutin mengunggah konten produk yang menggoda selera dengan pencahayaan baik dan latar

yang alami (sawah sekitar kedai). Unggahan-unggahan tersebut

memperkenalkan produk dengan cara yang menggugah minat tanpa perlu banyak kata. Caption yang digunakan singkat, persuasif, namun jujur.

1. *Advertising* (Periklanan)

Advertising atau periklanan merupakan salah satu bentuk komunikasi non-personal yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau pelaku usaha untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan membujuk konsumen agar tertarik terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Periklanan adalah bentuk presentasi dan promosi non-personal dari ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu yang dibayar. Dalam konteks media sosial, advertising tidak hanya berarti iklan berbayar (paid ads), tetapi juga mencakup penyampaian informasi promosi melalui konten visual organik seperti gambar, video, reels, maupun story yang bersifat persuasif.¹

Es Tari Legendaris berupaya terus memperkenalkan produk-produk mereka. Oleh sebab itu brosur menjadi berperan penting sebagai narahubung antara calon konsumen dengan penjual dikemudian hari sekaligus pengenalan menu-menu yang ada di Es Tari Legendaris. Meskipun tidak selalu menggunakan iklan berbayar (Instagram Ads), aktivitas promosi ini sudah termasuk bagian dari advertising organik, karena bertujuan untuk menyampaikan pesan produk dan membujuk konsumen untuk datang dan membeli.

Periklanan merupakan sarana promosi yang memanfaatkan

¹ Fitriana, Onny dan Utami Novelia, *Op Cit*, h. 10

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, brosur sebagai alat dukung untuk promosi.

2. *Promosi Melalui Media Sosial*

Media sosial telah menjadi sarana utama dalam promosi bisnis modern, termasuk dalam sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kedai Es Tari Legendaris adalah salah satu contoh UMKM yang berhasil memanfaatkan Instagram sebagai alat promosi yang efektif dan efisien. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa penggunaan media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang sangat signifikan dalam membangun citra usaha, meningkatkan penjualan, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Sebelum melakukan promosi secara aktif melalui media sosial, Kedai Es Tari hanya mengandalkan pelanggan lokal dan promosi dari mulut ke mulut. Namun, setelah strategi promosi melalui Instagram mulai diterapkan secara konsisten sejak tahun 2023, terdapat peningkatan yang signifikan dalam jumlah pelanggan maupun volume penjualan.

Selain memposting konten-konten, Es Tari Legendaris juga menambahkan konten pendukung lainnya seperti testimoni dari pelanggan, foto stok, keadaan toko, dari pelanggan dan lain sebagainya. Konten-konten tambahan tersebut memiliki tujuan supaya kepercayaan calon pelanggan dapat meningkat, karena konten tersebut

juga membuktikan bahwa penjualan Es Tari Legendaris terus berputar atau berjalan.

B. Peran Promosi Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Es Tari Legendaris

Strategi Promosi biasanya diterapkan oleh pelaku usaha untuk mencapai tujuan atau sasaran yang hendak dicapai oleh sebuah pelaku usaha. Salah satu tujuan yang biasanya dikehendaki oleh setiap pelaku usaha yaitu meningkatnya laba yang diperoleh pelaku usaha. Dan untuk mencapai tujuan tersebut, pelaku usaha harus mampu menerapkan strategi promosi yang tepat supaya penjualan dari pelaku usaha tersebut selalu meningkat dan berakibat pada peningkatan jumlah laba yang didapatkan oleh suatu pelaku usaha.²

a. Promosi Berperan Dalam Meningkatkan Penjualan

Faktor yang tidak dapat dipisahkan bahkan sangat menentukan keberhasilan penjualan tersebut yaitu sosok penjual itu sendiri. Penjual diharuskan dapat menguasai sikap-sikap yang baik agar menjadi penjual yang andal dan dapat dipercaya. Hal-hal yang harus dikuasai oleh penjual yaitu baik yang bersifat fisik, kognitif, emosional, sosial maupun yang berdimensi spiritual. Seorang penjual juga dapat menggunakan berbagai strategi untuk menunjang kegiatan penjualannya, salah satunya dengan strategi promosi. Promosi merupakan bagian terpenting dalam kegiatan pemasaran.

² Assuari, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 265.

Strategi promosi yang dapat digunakan yakni strategi menggunakan bauran promosi (*promotional mix*) terdiri dari periklanan, penjualan perseorangan, publisitas, dan promosi penjualan yang penggunaannya disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Dengan kegiatan promosi seorang penjual dapat memperkenalkan produk yang ia jual kepada masyarakat luas, sehingga hal tersebut dapat menarik minat beli seseorang terhadap produk yang dipromosikan. Seperti strategi personal selling yang diterapkan oleh Es Tari Legendaris tujuannya adalah agar dapat menghasilkan penjualan melalui kegiatan pelayanan oleh tim penjualan di kedai Es Tari.

Strategi promosi lain yang digunakan Es Tari Legendaris adalah *sales promotion* (promosi penjualan) yang memiliki tujuan untuk merangsang pembelian jangka pendek, strategi promosi penjualan Es Tari Legendaris diwujudkan dalam bentuk pemberian diskon dan hadiah. Hal tersebut dapat menjadi dorongan bagi calon pembeli untuk segera melakukan pembelian.

b. Promosi Berperan Dalam Meningkatkan Omzet

Omzet suatu usaha berbanding lurus dengan penjualan yang terjadi. Jadi semakin tinggi perolehan penjualan maka semakin besar pula nilai omzet yang didapatkan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kata omzet merupakan sejumlah uang hasil penjualan barang dagang tertentu selama satu masa jual.³

Strategi promosi yang terus diupayakan oleh Es Tari Legendaris seperti memberikan konten tambahan berupa testimoni dan konten tambahan lainnya seperti *review* jujur dari para *influencer* local terkenal untuk menambah kepercayaan calon pembeli dalam melakukan pembelian, sehingga dapat terjadi peningkatan penjualan dan menaikkan omzet usaha.

c. Promosi Berperan Dalam Menambah Orang-orang Baru

Maksud dari orang-orang baru adalah semua orang yang baru dijumpai, dan baru berkomunikasi, seperti pelanggan baru, kenalan baru, relasi baru ataupun jaringan-jaringan baru yang terbentuk dari orang-orang baru tersebut. Es Tari Legendaris dapat menambah orang-orang baru melalui strategi promosi di media sosial yang mana masyarakat luas dapat mengakses konten promosi tersebut di media sosial Es Tari Legendaris.

Hingga sampai sekarang konsumen Es Tari Legendaris datang dari berbagai daerah dari luar Kediri. Adapun beberapa konsumen tersebut merupakan pelanggan baru dan sudah menjadi langganan di Es Tari Legendaris. Jadi dari pemaparan tersebut terbukti bahwa dengan konsisten melakukan promosi maka akan tercipta pula jaringan-jaringan yang dapat saling menguntungkan. Menurut Keen Achroni ada beberapa manfaat jika memiliki jaringan hubungan yang luas diantaranya yaitu peluang kerja sama bisnis terbuka lebar.

Jaringan yang luas dapat membuka peluang besar untuk menjalin kerja sama dibidang bisnis, mulai dari kerja sama sebagai mitra usaha, kerja sama permodalan, maupun yang bersifat suportif lainnya. Seperti yang terjadi di Es Tari Legendaris dari jaringan yang dimiliki. Adapun manfaat jaringan yang luas lainnya adalah untuk meningkatkan penjualan,

melalui jaringan yang luas membuat orang yang dapat dijadikan sasaran konsumennya semakin banyak, demikian pula pada peluang untuk menjual ke banyak orang dapat terbuka lebar.⁴

C. Strategi Promosi Es Tari Legendaris Dalam Perspektif Islam

Usaha yang dilakukan Es Tari Legendaris meniru gaya berbisnis ala Nabi SAW, yakni mulai dari *siddiq* yang artinya jujur melalui branding atau mengungkapkan merek produk yang ia jual. Amanah yang artinya dapat dipercaya dengan melakukan perluasan pemasaran. *Fathonah* yang artinya cerdas yakni dengan selalu melakukan inovasi dalam usahanya. 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. Hal ini dapat diketahui setelah penulis melakukan wawancara dengan beberapa konsumen Es Tari Legendaris baik secara langsung. Saat penulis menanyakan mengenai kesesuaian produk yang diterima dengan promosi yang dilakukan Es Tari Legendaris di media sosial dan pada promosi penjualan perseorangan dikedai, hampir semua menyatakan sesuai.

⁴ Bahri, Syabbul. "Hukum Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam." *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman* 8, no. 1 (2013), 136–154.