

BAB VI

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari uraian pembahasan diatas dapat diartikan kesimpulan bahwa peran promosi yang digunakan Es Tari legendaris dalam meningkatkan volume penjualan sebagai berikut :

1. Strategi promosi melalui media sosial Instagram yang dilakukan oleh Kedai Es Tari Legendaris meliputi penggunaan konten visual menarik (foto, video, dan testimoni pelanggan), interaksi aktif melalui fitur story dan direct message, serta penyampaian informasi promo secara konsisten. Strategi ini terbukti berhasil meningkatkan engagement dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan anak muda yang aktif menggunakan media sosial.
2. Promosi Instagram memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan omzet usaha. Data yang dihimpun menunjukkan peningkatan jumlah pelanggan harian, terutama sejak tahun 2022 ketika promosi digital mulai digencarkan. Volume penjualan meningkat dari rata-rata 300–400 porsi menjadi 700–800 porsi per hari. Omzet juga naik sekitar 53,6% setelah promosi dijalankan secara aktif melalui Instagram.
3. Dalam perspektif Islam, praktik promosi yang dilakukan oleh Kedai Es Tari Legendaris telah sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, seperti

4. kejujuran (shiddiq), amanah, tidak mengandung unsur gharar (penipuan), tidak berlebihan, dan transparansi dalam menyampaikan informasi. Promosi yang dilakukan tidak hanya bertujuan memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga membawa nilai keberkahan dan kebermanfaatan bagi konsumen dan pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan di lapangan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Kedai Es Tari Legendaris, disarankan untuk terus mengembangkan kreativitas dalam membuat konten promosi Instagram agar tetap menarik dan relevan dengan tren digital saat ini. Penggunaan fitur reels, IG live, dan kolaborasi dengan influencer lokal dapat menjadi strategi lanjutan untuk memperluas pangsa pasar.
2. Bagi UMKM lainnya, promosi melalui media sosial khususnya Instagram sangat layak dijadikan strategi utama karena memiliki efektivitas tinggi dengan biaya rendah. Namun, penting untuk tetap menjaga nilai kejujuran dan etika dalam setiap bentuk promosi agar keberlangsungan usaha tetap berkelanjutan dan mendapat kepercayaan dari konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat memperluas kajian ke platform digital lainnya seperti TikTok, WhatsApp Business, atau YouTube Shorts, serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau campuran untuk memperkaya data dan membandingkan efektivitas masing-masing media sosial terhadap peningkatan penjualan.