

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS PENELITIAN**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Sejarah Singkat Cake Snack Banjarmasin**

Awal mulanya membuka usaha ini berawal dari ketidaksengajaan membuat pesanan dari kawan yang ulang tahun, yakni sekitar akhir tahun 2018 lalu. Pada saat itu masih membuat buket dari makanan bengbeng untuk dijadikan kek snack tower. Kemudian diposting ke sosial media instagram untuk memperkenalkan hasil buatan buket ke orang-orang lain. Sejak tahun 2018 tersebut cake snack hanya menerima pesanan dari kawan-kawan dan konsumen yang memesan saja. Untuk jualan buket ini pada mulanya tidak ingin membuatnya. Karena tidak enak hati dengan kawan yang lain dikarenakan ada juga yang melakukan usaha buket ini. Namun, setelah adanya keinginan untuk mencoba usaha buket ini dan kebetulan ada yang memesan juga. Setelah dilakukan pembuatan pesanan buket ini. lalu di posting lagi di feeds dan story instagram cake snack, ternyata seiring berjalannya waktu usaha ini ramai banyak orang yang ingin melakukan pemesanan buket untuk hadiah kado temannya atau untuk hadiah wisuda kawan-kawannya. Pada awalnya cake snack hanya membuat buket dan boneka pesanan orang-orang saja dari instagram, kemudian seiring berjalannya waktu sekitar awal tahun

2020, cake snack juga menyediakan buket dan produk lainnya yang sudah jadi atau produk ready teruntuk konsumen yang ingin membeli secara langsung dengan datang langsung ke toko atau tempat cake snack.

## **B. Analisis Data**

Setelah melakukan penelitian observasi, wawancara dan dokumentasi pada sumber-sumber informasi yang bersangkutan terlibat langsung dalam strategi promosi melalui media instagram dalam meningkatkan produk penjualan cake snack Banjarmasin, maka diperoleh data-data sebagai berikut:

### **1. Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cake Snack Banjarmasin**

Promosi merupakan unsur penting dari bauran pemasaran, karena pada dasarnya promosilah yang memperkenalkan produk kepada pasar hingga sampai kepada konsumen, meskipun produk tersebut sangat bermanfaat akan tetapi jika tidak dikenal oleh konsumen, maka produk itupun tidak akan diketahui manfaatnya dan kemungkinan juga tidak akan dibeli oleh konsumen.

Dalam menunjang keberhasilan-keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan salah satunya haruslah menetapkan strategi promosi yang merupakan penggunaan kombinasi yang terdapat dari unsur-unsur atau peralatan promosi seperti periklanan, promosi penjualan, pemasaran langsung, dan publisitas.

Cake snack lebih menekankan strategi menarik konsumen secara langsung tanpa melalui pihak perantara seperti pengecer maupun distributor lainnya. Sebagaimana yang diterangkan oleh Alya Runia Febriani pemilik cake snack Banjarmasin ini pada saat wawancara sebagai berikut:

*“Pada saat pertama kali membuka usaha jualan buket ini sekitar tahun 2018 akhir, cake snack tuh dulunya memperkenalkan produk atau jualan hanya melalui media sosial instagram. Lalu dilakukan promosi dan dengan melakukan promosi di instagram ini cake snack berharap semua orang mengenal dengan produk yang kami sediakan dan dengan setelah mengenal produk cake snack kami berharap mereka memesan atau membeli produk sesuai dengan yang diinginkan mereka ditempat kami, adapun cara yang kami lakukan untuk meningkatkan penjualan atau pemesanan terhadap produk cake snack yaitu dengan melakukan cara memberikan hadiah atau give away, bisa kupon ataupun semacam penurunan harga khusus dihari tertentu. Hal ini itu mampu juga untuk meningkatkan pengikut instagram, selain untuk menambah pengikut instagram. Cara promosi ini dilakukan agar konsumen atau orang-orang mengetahui bahwa cake snack ada menjual produk buket atau bisa membuat buket pesanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Adapun cara untuk mendapatkan give away dari cake snack yaitu dengan memposting produk atau akun cake snack dengan menggunakan tagline atau berupa tanda mention cake snack distori atau snapgram dari instagram milik pribadi orang-orang yang ingin mendapatkan hadiah atau give away. Hadiah yang cake snack berikan bisa berupa pulsa, tas, jam tangan saldo Shopepay dan sebagainya. dengan memposting jualan atau hasil pembuatan cake snack baik berupa produk yang sudah pernah dibeli ataupun jepritan layar akun instagram cake snack. Maka, setelah berakhirnya waktu give away yang ditentukan cake snack. Maka nama-nama yang pernah melakukan postingan story cake snack dikumpulkan dan setelah terkumpul lalu akan dilakukan undian. apabila namanya yang di undi keluar, maka dia berhak mendapatkan hadiah dari cake snake berupa, jam tangan, pulsa, saldo Shopepay, dan tas, Sesuai dengan yang dijanjikan oleh cake snack. Selain promosi dengan give away*

*saya pun juga terkadang meminta bantuan kawan-kawan atau konsumen yang sudah melakukan pemesanan atau pembelian produk dari cake snack untuk mengiklankan hasil buatan atau jualan di instagram mereka.*

*Bahkan terkadang ada juga konsumen yang melakukan pemesanan di cake snack untuk memberi kado hadiah kepada temannya dan temannya yang diberi itu setelah mengetahui ditempat cake snack bisa memesan produk buket sesuai dengan keinginan mereka, dia juga melakukan pembelian atau pemesanan untuk memberikan kepada teman-temannya yang lain juga. misal pada saat mau acara wisudaan dan sebagainya.*

*Promosi dengan cara ini sangat mampu meningkatkan jumlah pengikut cake snack melonjak naik, dan juga dengan cara ini mampu membuat semua orang mengetahui apa yang cake snack jual, sehingga banyak orang yang mengetahui produk cake snack mulai memesan pesanan buket sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Cake snack mempunyai berbagai macam produk jualan yang dapat dipesan seperti: buket bunga palsu, buket snack, buket boneka, buket kerudung, boneka wisuda atau boneka, snack ulang tahun, parcel, perlengkapan bayi buat hadiah, botol minum, jam tangan dan lainnya. Jikalau ingin melakukan pemesanan buket sesuai dengan keinginan yang mereka mau, kami terlebih dahulu menyampaikan bahwa produknya akan selesai dalam waktu 4 sampai 5 hari kerja. Namun, jikalau ingin datang langsung ketempat atau toko cake snack untuk membeli produk yang sudah jadi dan terbungkus juga tersedia. Mengenai harga produk di cake snack ini Kmi memberikan harga yang sangat relatif terjangkau dan harga juga tergantung pesanan yang di inginkan atau request dari konsumen. Untuk harga normal ditempat kami dimulai dari Rp15.000 sampai seterusnya. Mengenai toko offline cake snack buka dirumah sejak awal tahun 2020 an, mengenai jam kerja untuk toko offline cake snack buka dari jam 09:00–13:00 setelah itu buka lagi dari jam 16:00–22:00 malam.*

*Mengenai produk pesanan konsumen yang sudah selesai dibuatkan cake snack atau yang sudah sampai ditangan konsumen, kalau ada produk yang rusak atau yang cacat. Dan apabila itu terjadi karena kelalaian dari cake snack maka cake snack pun langsung menggantinya, bisa diganti dengan uang ataupun produk yang sama juga sesuai kesepakatan bersama.*

*Setelah dilakukan berbagai macam cara promosi untuk meningkatkan penjualan, penjualan setiap harinya dari dulu sampai sekarang ini baik melalui instagram maupun konsumen yang datang langsung ketoko cake snack, penjualannya hampir sama dengan hari-hari biasanya. Kecualy musim wisudaan maka penjualan atau pesanan buket dan sebagainya melebihi hari-hari biasa. Produk pesanan konsumen yang sudah selesai dibuatkan kami oleh cake snack akan kami posting lagi di instagram untuk melakukan promosi sehingga produk yang kami jual sesuai dengan apa yang telah kami buatkan. Untuk produk yang tersedia ditoko cake snack pun sama halnya kami posting juga ke instagram cake snack agar semua orang tahu bahwa produk yang sudah jadi dan terbungkus pun juga ada, apabila konsumen ingin langsung membeli ataupun datang ke toko cake snack sesuai dengan jam kerja toko (Alya Runia Febriani. 20 April (Banjarmasin: 2023)*

Berikut wawancara yang dilakukan dengan konsumen:

Petanyaan:

1. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai produk Cake Snack Banjarmasin?
2. Bagaimana menurut anda harga produk yang dijual Cake Snack Banjarmasin?
3. Bagaimana dengan pelayanan dari Cake Snack Banjarmasin?
4. Bagaimana menurut anda mengenai tampilan instagram Cake Snack Banjarmasin ?
5. Apakah Cake Snack Banjarmasin bisa dipercaya atau jujur dalam mempromisikan produk?

- 1) Nama : Adha Apri Marida  
Instagram : @adha\_apri\_marida  
Umur : 23 Tahun

Status : Mahasiswa

*“saya mendapatkan informasi mengenai cake snack banjarmasin melalui teman satu kelas kuliah saya. Pada waktu itu saya memang sedang mencari buket bunga untuk bingkisan sidang teman saya yang lebih dulu melakukan sidang. Lalu saya mencari akun instagram cake snack banjarmasin yang sudah disarankan oleh teman saya tadi, dan ssaya melihat contoh-contoh gambar buket yang telah cake snack banjarmasin posting. Saya membeli buet yang seharga Rp. 30.000 dengan buket yang dalamnya berisi makanan ringan. Menurut saya harga segitu cukup murah untuk buket snack yang berukuran sedang tidak kecil dan tidak besar, kualitas kertas buketnya sendiri juga bukan kertas yang terlihat murahan, dan menurut saya sangat beruntung bisa mendapatkan buket makanan dengan harga seperti itu dan kualitas buket yang rapi. Dan untuk tampilan instagram cake snack sangat membantu untuk referensi model buket yang akan dipesan dan juga sudah disertai harga disetiap postingannya yang memudahkan sekali untuk pembeli yang ingin membeli, untuk tampilan diinstagram dan barang yang saya pesan sama dan tidak jauh berbeda jadi foto tampilan dan aslinya sama.”*

2) Nama : Nurhidayah

Instagram : @daayah

Umur : 25 Tahun

Status : Pekerja Swasta

*“Saya mengetahui cake snack ini lewat instagram teman saya yang memposting foto diinstagram dengan menyertakan nama instagram cake snack banjarmasin diposting foto tersebut yang dengan jelas ada foto teman saya dengan buket bunga yang besar dan kebetulan saya saat itu sedang mencari kado untuk sahabat dekat saya yang akan melaksanakan sidang dihari itu.lalu setelah mengecek instagram cake snack saya menemukan link penunjuk arah lokasi toko cake snack banjarmasin, dan saya membeli langsung kealamat yang tertera di instagram. Untuk produk yang saya lihat di instagram dan juga ditoko sama dan tidak berbeda foto sama aslinya dan untuk penjual juga sangat ramah dalam melayani pembeli.”*

- 3) Nama : Anita  
Instagram : @anitahartono  
Umur : 23 Tahun  
Status : Mahasiswa

*“Saya mengetahui dari reels instagram yang lewat diberanda reels saya.ketika saya mencari akun-akun yang jual buket. Untuk harga buket yang saya beli Rp. 90.000 karena saya memesan buket bunga yang besar. Menurut saya dengan harga 90.000 dan kualitas seperti itu sangat sepadan, dan sangat cantik untuk dijadikan kado, dan sudah dapat kartu ucapan, untuk penjual juga ramah dan juga bisa memenuhi pesanan yang saya mau dan hasilnya sesuai. Saya lihat instagramnya juga sudah sangat lengkap untuk informasi pembuatan maupun jam buka toko sampai*

*tutup. Dan sudah tertera link penunjuk arah toko, sangat memudahkan untuk menemukan lokasi pengambilan.”*

4) Nama : Afifah liana

Instagram : @aflfaah

Umur : 24 Tahun

Status : Wirausaha

*“Saya mengetahui cake snack banjarmasin melalui teman saya yang pernah membeli di cake snack banjarmasin. Dan saya langsung melihat contoh buket yang ada di instagram cake snack banjarmasin. Diakun cake snack banjarmasin sangat memudahkan saya untuk membeli atau memesan. untuk harga yang dijual cake snack juga sangat pas dikantong mahasiswa dan setelah saya ketoko disana banyak menjual barang yang sudah siap jual atau ready dan beragam sekali barang yang dijual cake snack. untuk penjual juga sangat ramah dan melayani sangat tekun saat ditoko maupu diinstagram. Saya*

Dari penjelasan Alya Runia Febriani selaku pemilik cake snack dapat diketahui bahwa produk yang dijual berupa buket bunga palsu, buket snack, buket boneka, buket kerudung, boneka wisuda atau boneka, snack ulang tahun, parcel, perlengkapan bayi buat hadiah, botol minum, jam tangan dan lainnya yang merupakan konsep berbeda dari para pesaingnya yang juga mampu menarik perhatian konsumen terhadap cake snack. Cake snack adalah merek usahanya sendiri, tujuan penggunaan nama ini adalah meskipun pelafalannya sulit

diucapkan, hal inilah yang akan diulang-ulang oleh konsumen dan secara tidak langsung akan mengingat nama cake snack dipikiran konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh cake snack kepada konsumen berbeda-beda tergantung jenis produk yang dipesannya, kualitas bahan dan ukuran, namun untuk harga normal produk cake snack dimulai dari harga yang lumayan terjangkau yaitu dari Rp15000 sampai yang paling mahal ada seharga Rp. 400.000 an s. Harga yang diberikan oleh cake snack masih dapat dikatakan sangat terjangkau sesuai dengan kualitas maupun produknya. Strategi promosi dalam penjualan ini menggunakan empat alat dalam bauran promosi yang digunakan oleh cake snack antara lain adalah sebagai berikut:

1. Periklanan (*advertising*)

Periklanan yang dilakukan oleh cake snack dengan melalui pemanfaatan instagram. yaitu dengan cara cake snack memajangkan gambar produk dengan memberikan keterangan gambar dan penjelasan sedetail mungkin tentang produk-produk cake snack itu sendiri. Selain itu penambahan alamat offline dan cara pemesanan cake snack pun dicantumkan untuk memudahkan konsumen melakukan pembelian produknya atau pemesanannya. Cake snack juga melakukan promosi dengan snapgram atau stori melalui instagram milik kawan-kawannya atau snapgram stori instagram dari yang membeli produknya, jangka waktu iklan

tersebut akan muncul selama 24 jam diiklan-iklan yang ditampilkan di snapgram akun pribadi instagram kawan-kawan dan pengikutnya.

Iklan yang digunakan oleh cake snack khusus menggunakan media instagram, membuat menarik konsumen untuk mengunjungi instagram pribadi milik cake snack karena feed dan tampilan instagram cake snack keren dan menarik, tidak membosankan dan seperti melihat katalog online, dengan susunan rapi dan tidak menolog dan cake snack pun selalu rajin mengupload produk yang baru dengan kualitas yang baik pula, instatory yang selalu menarik, dan aktif setiap hari, membuat aktivitas kegiatan cake snack selalu diketahui banyak pengguna instagram.

## 2. Promosi penjualan (*sales promotion*)

Promosi penjualan merupakan alat-alat promosi dalam meningkatkan penjualan dan merupakan alat promosi yang digunakan untuk memperkenalkan produk cake snack kepada konsumen, dengan promosi penjualan yang dilakukan oleh cake snack, konsumen mampu mengetahui produk cake snack dan mampu mendapatkan tanggapan baik dari konsumen terhadap cake snack. Promosi yang dilakukan oleh cake snack antara lain:

- a. Penurunan harga berupa diskon atau penurunan harga pemberian pada saat hari-hari tertentu ataupun dengan jumlah

minimal pembelian, cake snack selalu memberikan penurunan harga dengan minimal pembelian 3 produk di cake snack.

- b. Premi atau hadiah berupa barang gratis seperti *give away* pada saat-saat memperingati hari tertentu yang dinilai bermakna oleh cake snack, maka sebagai peringatan terhadap hari-hari tertentu tersebut cake snack memberikan produk hadiah gratis bisa berupa kerudung, saldo shoopepay, jam tangan, ataupun hadiah lain yang telah ditentukan owner cake snack dengan cara untuk mendapatkan hadiahnya, hal ini juga tentunya dapat menarik minat konsumen terhadap cake snack.
- c. Kupon atau voucher kupon dari cake snack ketika mencapai pembelian tertentu, biasanya cake snack akan memberikan voucher saldo shopepay atau kupon lainnya untuk penukaran hadiah kepada pelanggannya.

Kegiatan tersebut diberikan dari cake snack kepada konsumen sebagai bentuk pendekatan kepada konsumen. Alat-alat promosi yang digunakan oleh cake snack pun dinilai sesuai dengan konsep *kotler* tentang promosi penjualan merupakan aktivitas pemasaran yang mengusulkan nilai tambah dari suatu produk dalam jangka waktu tertentu dalam rangka mendorong pembelian konsumen atau mendorong upaya yang dilakukan oleh tenaga penjual dengan mengintegrasikan antara kemampuan tenaga penjual, iklan, dan dukungan promosi penjualan, promosi yang

dilakukan penjual cake snack akan menjadi daya tarik yang dapat mempercepat terjadinya proses pembelian konsumen untuk diarahkan pada pengguna akhir sebuah barang atau jasa bagi konsumen sehingga dapat meningkatkan efektivitas penjualan bagi cake snack, dengan konsep promosi penjualan yang baik ini mampu menunjang penjualan cake snack selama lima tahun terakhir.

### 3. Publisitas dan hubungan masyarakat

Informasi yang berasal dari orang-perorang maupun keluarga dan teman juga mampu menyebarkan informasi tentang produk cake snack hingga berakhir pada pembelian produk cake snack lagi. Media publisitas dan humas yang digunakan biasanya berasal dari produk berbentuk *bouquet* yang dijual kepada pelanggan yang ingin memberikan kepada seseorang yang diinginkannya, biasanya orang yang diberi kado akan membeli kembali produk tersebut ke cake snack.

Media publisitas dan hubungan masyarakat yang telah diterapkan oleh cake snack pun juga telah dinilai sesuai dengan konsep publisitas dan hubungan masyarakat menurut *kotler* yaitu publisitas adalah informasi mengenai suatu perusahaan, produk, atau acara yang disiarkan oleh media massa umum untuk menarik perhatian publik. Berkebalikan dengan publisitas. Hubungan masyarakat adalah informasi yang dipengaruhi perusahaan yang

bertujuan untuk membangun ikhtikad baik dengan masyarakat, dengan cara mempublikasikan kontribusi amal perusahaan hal ini digunakan untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini publik diantara mereka. Melihat kondisi tersebut cake snack telah menerapkan media publisitas dengan baik sehingga mampu meningkatkan penjualan cake snack selama lima tahun terakhir.

Dalam penerapan strategi pemasaran terdapat strategi bauran pemasaran yang mendapatkan komposisi terbaik dari keempat komponen pemasaran guna mencapai sasaran pasar yang akan dituju. Menurut Ritongan (2018), dalam konsep bauran pemasaran terdapat 4 komponen yaitu dikenal dengan istilah 4-P sebagai berikut:

a. *Product* (Produk)

Philip Kotler dalam Danang Sunyoto menyatakan bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (*a product is anything that be offered to a market for attention acquisition, use for consumption that might satisfy a want or need*).

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang berwujud barang

maupun jasa yang ditawarkan kepada calon pembeli guna memuaskan kebutuhannya.

b. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Pada ilmu ekonomi pengertian harga, nilai, dan kegunaan memiliki konsep yang saling berhubungan. Kegunaan ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan memuaskan konsumen. Sedangkan nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah disebutkan di atas, lebih jauh dapat diartikan bahwa harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan dan menggunakan manfaat dari suatu barang atau jasa.

c. *Tempat* (*Place*)

Tempat yang dimaksud dalam hal ini adalah tempat atau lokasi distribusi. Pemilihan lokasi merupakan nilai investasi yang paling mahal, sebab lokasi bisa dikatakan menentukan ramai atau tidaknya pengunjung.

d. *Promosi* (*Promotion*)

William J. Stanton dalam buku Danang Sunyoto mengartikan bahwa promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran

perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (*promotion is the element an organizations marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its product*).

Berdasarkan uraian penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh bauran promosi seperti periklanan, promosi penjualan dan publisitas maupun hubungan masyarakat, semuanya telah dipenuhi oleh cake snack.

Bauran promosi yang digunakan cake snack sangat bermanfaat sekali dan membantu memudahkan kedua belah pihak. Bagi cake snack yaitu memudahkan dalam memperkenalkan produknya kepada calon konsumen, mendapatkan hati konsumen sehingga sangat berperan dalam meningkatkan penjualan atau pemesanan produk cake snack dan bagi calon konsumen memudahkannya untuk melakukan pembelian produk buket dan sebagainya yang diinginkan.

Penjualan produk milik cake snack yang awalnya dilakukan dengan layanan internet yang bersifat online kini juga menyediakan produk yang sudah jadi atau mempunyai toko pribadi sendiri, dengan berfokus pada penggunaan media instagram. Dengan rajin memonitoring, merespon konsumen, melakukan riset dan mengkampanyekan produk cake snack dengan menerapkan empat

bauran promosi yang saling bekerja dengan baik satu sama lainnya dan saling berkaitan satu dengan yang lain.

Hal yang masih menjadi kendala bagi cake snack ialah terkadang terdapat konsumen yang menginginkan produk pesanan yang sesuai dengan keinginannya cepat selesai, untuk proses pembuatan buket dan sebagainya sesuai dengan keinginan konsumen tersebut maka harus menunggu empat sampai lima harian, kecuali produk yang sudah jadi ditoko pribadi cake snack dapat dibeli dengan datang langsung ke toko.

Tujuan dengan penetapan alat bauran promosi ini adalah untuk memudahkan cake snack dalam memperkenalkan produknya berupa buket dan sebagainya kepada konsumen dengan pemanfaatan instagram sebagai media promosinya sehingga berdampak positif pada peningkatan penjualan produk milik cake snack.

Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen mengenai preferensi merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan. keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen yang akan terjadi jika keinginan konsumen untuk membeli suatu barang sudah bulat yang meliputi mengenai barang apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Sehingga untuk meyakinkan konsumen maka diperlukan penyampaian informasi yang menarik atas suatu produk. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Kotler yakni terdapat lima tahap

dalam keputusan pembelian konsumen, salah satu tahapan dalam keputusan pembelian konsumen tersebut adalah evaluasi alternatif dimana merek produk yang lebih menarik bagi konsumen yang besar kemungkinan akan dibeli, produk berhasil menarik perhatian calon konsumen dan memengaruhinya untuk melakukan pembelian. Selain itu menurut Kotler tahapan lain yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian adalah tahap pencarian informasi. Sehingga dengan adanya kemudahan informasi yang didapat mengenai suatu produk maka konsumen akan yakin untuk melakukan pembelian produk tersebut. Melalui media sosial adalah pemilihan strategi promosi yang tepat karena berhasil menginformasikan produk dengan maksimal dan tepat sasaran.

## **2. Analisis Strategi Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Cake Snack Banjarmasin**

Ekonomi Islam merupakan ajaran yang mengatur semua aspek kehidupan bermuamalah yang berlandaskan dengan *Al-Qur'an* dan *hadist*. Salah satunya adalah kegiatan jual beli (*muamalah*). Kegiatan *muamalah* diantaranya kegiatan ekonomi, dimana ekonomi adalah cabang ilmu yang membahas aktivitas manusia baik individu maupun kelompok dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merugikan salah satu pihak yang melakukan kegiatan tersebut.

Berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip ekonomi syariah. Fenomena

demikian tentunya harus diwaspadai untuk itu filter yang berupa moral harus senantiasa dipegang agar dapat menilai apakah cara berdagang tersebut sudah sesuai dan tidak merugikan salah satu pihak atau sebaliknya.

Dalam ekonomi, persaingan atau kompetisi adalah bersaingnya usaha yang sama-sama berusaha meraih keuntungan. Para penjual biasanya berusaha mengungguli persaingan dengan membedakan keunggulan produknya dari produk perusahaan lain yang serupa, untuk itulah ditetapkan strategi dalam menjalankan usahanya tentunya dengan prinsip dasar perdagangan menurut Islam.

Prinsip ekonomi Islam yang digunakan dalam promosi cake snack adalah atas dasar suka sama suka dan tidak ada paksaan konsumen untuk membeli produk di cake snack, baik itu pada saat penawaran produk hingga berujung pada pembelian produknya, konsep ini sesuai dengan konsep ekonomi Islam yaitu dapat ditunjukkan di dalam *Al-Qur'an* surah *An-Nisa* ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً  
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Ayat di atas menjelaskan bahwa harus adanya unsur kebebasan suka sama suka dalam melakukan transaksi tukar-menukar, disertai

dengan harapan diperolehnya keridhaan Allah SWT dan melarang terjadinya pemaksaan oleh karena itu agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan yang bermoral.

Manusia berhak mencari harta dan menggunakan untuk berbagai macam kebaikan. Islam membolehkan pencarian harta dengan berbagai macam cara, kecuali jika ada beberapa dalil yang mengharamkannya, karena sebab dan alasan yang bertentangan dengan ajaran kebaikan dalam Islam yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu *Al-Qur'an* dan *Sunnah*.

Konsep ekonomi Islam yang diterapkan pada kegiatan promosi di cake snack dinilai telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam seperti penjelasan terhadap harga produk dan kualitas produknya, hal-hal tersebut dinilai telah sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah.

Prinsip ekonomi Islam yang diterapkan dalam kegiatan promosi cake snack juga diantaranya seperti:

a. Jangan menyembunyikan cacatnya barang

Transparansi dalam menjelaskan produknya melalui keterangan-keterangan yang sesuai dengan produk disetiap keterangan pada produknya dan tidak melebih-lebihkan produk yang dijualnya sehingga membuat para pelanggan cukup meminati produk dari cake snack tersebut. Konsep inipun sesuai dengan *Al-Qur'an* Surah *Al-Imran* ayat 71:

يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَ تَلْبِسُونَ الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*Artinya: Wahai Ahli Kitab! Mengapa kamu mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan, dan kamu menyembunyikan kebenaran, padahal kamu mengetahui?*

Dari ayat di atas kita dapat mengetahui bahwa kita dilarang untuk melakukan kegiatan yang bathil, dan menyembunyikan informasi kepada orang lain, sedangkan kita mengetahui kebenaran dari kondisi barang maupun produk tersebut dan karena hal tersebut dapat merugikan salah satu pihak.

Cake snack selalu memberikan jaminan berupa ganti rugi ketika produk yang dikirimkan kepada konsumen mengalami kerusakan akibat dari cake snack itu sendiri dan produk yang rusak akan dilakukan pergantian berupa uang kembali ataupun produk itu lagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

b. Menepati janji

Kepercayaan konsumen kepada cake snack karena cake snack selalu menepati janji amanah dari konsumennya dan bertanggung jawab atas produk yang dibuatkannya, dan dalam proses pembuatan pesanan yang telah disampaikan bahwa sekitar empat sampai lima hari produk pesannya selesai tepat waktu dari pihak cake snack merupakan suatu bentuk pelayanan yang bertanggung jawab terhadap konsumennya.

Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi Islam dan sesuai di dalam *Al-Qur'an Surah Al-israa'* ayat 34:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا  
بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

*Artinya: “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa, dan penuhilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggungjawabannya.”*

Dari ayat di atas kita mengetahui bahwa menepati janji itu sangat penting, kepercayaan konsumen kepada pelaku bisnis itu ditentukan oleh janji yang disampaikan, pelaku bisnis yang menepati janji pasti dipercaya dan berwibawa didepan mitra bisnisnya, dan jika sebaliknya apabila sering melanggar janji maka hilanglah kepercayaan dan bisnis terancam keberlangsungan usahanya.

c. Jujur serta menghindari promosi palsu

Penjelasan dan memberikan keterangan yang sesuai produk secara jujur dan sedetail mungkin baik itu keterkaitan tentang harga produk tergantung sesuai dengan keinginan dari konsumen. Prinsip ini pun sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pemilik cake snack bahwa kualitas produk dan harga sesuai dengan apa yang dipromosikan dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Promosi yang dilakukan oleh cake snack juga dinilai sesuai dengan ajaran ekonomi Islam dan hal inipun sesuai dalam

*Al-Qur'an Surah Ar-Rahman ayat 9:*

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

*Artinya: “dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu.”*

Dari ayat di atas kita mengetahui bahwa Islam sangat melarang mengurangi neraca, memalsukan dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian salah satu pihak ketika bertransaksi, menghindari promosi yang palsu, menyebarkan keterangan palsu ketika menawarkan produk di media sosial juga menyebabkan kedzaliman serta dapat menimbulkan permusuhan dan percekocokan antara kedua belah pihak.

Dari penjelasan di atas konsep pemasaran yang diterapkan oleh cake snack sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, ada produk berupa buket dan sebagainya, produk yang dipasarkan pun buan jenis produk yang dilarang dalam Islam (haram), sehingga konsep pemasaran yang ada pun sesuai dengan konsep ajaran dalam ekonomi Islam.

Bagi seorang muslim yang beragama Islam, khususnya yang berprofesi sebagai pebisnis maka haruslah memegang prinsip ekonomi Islam dalam berbisnis secara mendalam seperti yang telah diajarkan oleh Rasulullah diantaranya: *shiddiq*, (benar dan jujur), *amanah* (terpercaya), *fathanah* (cerdas dan cakap) dan *Tabliqh* (komunikatif) yang telah membawa Rasulullah sukses dalam perdagangan, sehingga hal ini harusnya dapat diikuti oleh umatnya dalam berbisnis dan mencari keridhaan dari Allah.