

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dipaparkan berdasarkan hal – hal yang berkaitan dengan hasil temuan di lapangan baik dari hasil wawancara, observasi maupun dokumentasi dengan menyesuaikan pada fokus masalah. Paparan data yang dibahas mengenai Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Promosi dalam Meningkatkan penjualan Prespektif Ekonomi Islam pada Usaha Makaroni Cengar di Pamekasan.

A. Profil Makaroni Cengar

1. Gambaran Umum Makaroni Cengar

Makaroni Cengar merupakan sebuah usaha toko makanan berupa camilan yang berlokasi di Jl. Raden Abdul Aziz No. 134 Pamekasan. Usaha ini dimiliki oleh dua owner yaitu Rozihan Hafiz dan Adam Rachmatullah Akbar, dimana keduanya merupakan partnership yang berinisiatif memulai untuk membuka usaha bersama dengan memiliki satu karyawan. Makaroni Cengar dibuka pada bulan Januari lalu tahun 2021 dan masih berjalan hingga saat ini. Letak usaha toko ini berada di tempat yang cukup strategis yaitu berada di tepi jalan raya dan bersebrangan dengan SMPN 1 Pamekasan, sehingga mudah untuk konsumen menemukan lokasi dari Makaroni Cengar. Makaroni Cengar buka pada pukul 10.00 - 21.00 setiap hari senin sampai dengan hari sabtu, kecuali pada hari jumat buka pukul 13.00 - 21.00 dan libur pada hari minggu serta hari libur nasional.

Makaroni Cengar didirikan karena melihat adanya peluang untuk membuka usaha di Pamekasan, sebab rata – rata penjualan makaroni yang ada di Pamekasan menjual produk secara online dengan sistem pre-order. Adapun penjualan brand luar kota Pamekasan yang biasanya didistribusikan ke *minimarket*. Makaroni Cengar membuka pasar baru dengan membuat usaha penjualan makaroni secara ready stock, dimana pembeli dapat membeli di tempat secara langsung dan barang dapat diterima tanpa harus menunggu lama serta pembeli dapat mengorder sesuai dengan kemauan masing – masing.

Produk yang dijual oleh Makaroni Cengar beraneka ragam, sudah ada 9 menu camilan yang ditawarkan. Ada juga macam - macam varian rasa yang pembeli bisa memilih sesuai dengan keinginannya. Harga yang ditetapkan oleh Makaroni Cengar tergantung dengan jenis produk, namun masih cukup terjangkau untuk anak remaja hingga orang dewasa. Kisaran harga produk Makaroni Cengar yaitu sekitar tujuh ribu rupiah sampai dengan dua puluh ribu rupiah. Makaroni cengar terus berinovasi dalam menawarkan setiap produknya agar menarik minat konsumen. Dalam menawarkan produknya, Makaroni Cengar memanfaatkan kecanggihan teknologi internet dan media sosial sehingga dapat dengan mudah menyampaikan pesan secara langsung kepada konsumen. Penawaran produk dilakukan dengan berpromosi menggunakan media sosial sejak awal membuka usaha. Media sosial yang digunakan oleh Makaroni Cengar berupa Instagram, Facebook,

dan WhatsApp. Penggunaan media sosial sebagai strategi promosi pada usaha Makaroni Cengar ini berlangsung hingga sekarang.¹

2. Visi dan Misi Makaroni Cengar

Visi

Menjadikan Makaroni Cengar sebagai usaha yang bermutu, menguasai pasar, mencapai target pasar dan dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.²

Misi

- a. Menyediakan berbagai varian produk.
- b. Memberikan kualitas pelayanan dan produk yang baik.
- c. Menetapkan harga produk yang terjangkau bagi konsumen.
- d. Memberikan kepuasan konsumen dan klien usaha.³

3. Keunggulan

Makaroni Cengar menyediakan produk *ready stock*, produk dijual secara *offline* dan *online*. Pembeli dapat memilih varian rasa yang ditawarkan sesuai dengan selera masing – masing. Makaroni Cengar memiliki varian rasa yang belum banyak dipasarkan di pamekasan. Terdapat beragam menu yang ditawarkan, tidak hanya makaroni saja namun juga ada produk unggulan dari Makaroni Cengar yaitu basreng. Pemilihan kualitas bahan dan bumbu yang dipakai juga bagus. Selain itu, Makaroni Cengar juga cukup trendi dalam melakukan pembayaran,

¹ Makaroni Cengar, 2021.

² Ibid.

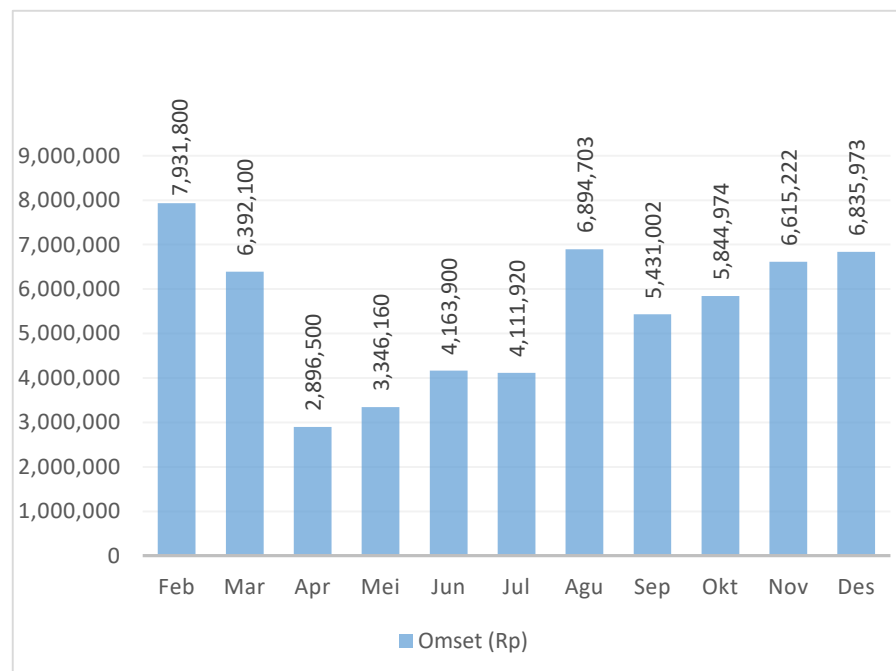
³ Ibid.

tidak hanya melalui pembayaran langsung (*cash*) pembeli juga dapat melakukan transaksi pembayaran melalui e-money.

4. Data Penjualan

Gambar 4.1

Data Omset Makaroni Cengar Tahun 2021



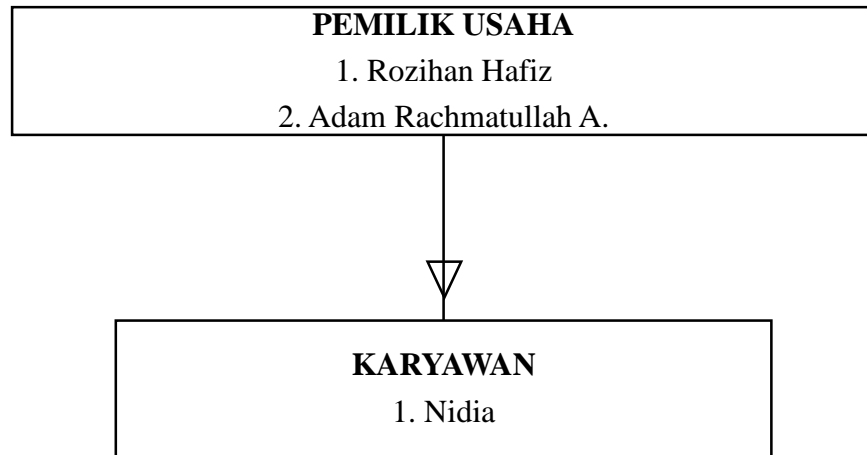
Sumber : Data penjualan Makaroni Cengar, 2021

Dari data diatas peneliti menganalisis tentang peningkatan total penjualan produk Makaroni Cengar dengan memanfaatkan media sosial mengalami perubahan yang signifikan. Hal ini dilihat dari data penjualan yang meskipun tidak selalu berada pada posisi yang terus meningkat, namun penjualan Makaroni Cengar mengalami kenaikan yang cukup bagus. Data yang lebih detail hanya dapat dimiliki oleh owner dari Makaroni Cengar yang tidak dapat di publikasikan.

5. Struktur Organisasi Makaroni Cengar

Gambar 4.2

Struktur Organisasi Makaroni Cengar



Sumber : Makaroni Cengar, 2021

Adapun kewenangan yang diberikan kepada setiap fungsi – fungsi yang bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas di Makaroni Cengar sebagai berikut :

a. Pemilik Usaha

- 1) Memimpin dan mengendalikan usaha.
- 2) Bertanggung jawab dalam pengelolaan usaha.
- 3) Memberikan keputusan apabila ada masalah dalam usaha.
- 4) Membiayai produksi dan memberi bayaran kepada karyawan.
- 5) Berkontribusi dalam kelangsungan usaha.
- 6) Berperan sebagai kasir.

b. Karyawan

- 1) Menjaga toko.
- 2) Mencapai target penjualan.
- 3) Bertanggung jawab atas ketersediaan barang dan kebersihan toko.
- 4) Memberikan informasi kepada pelanggan
- 5) Menyambut dan menanyakan apa yang diinginkan serta dibutuhkan oleh pelanggan.
- 6) Menata stok barang.
- 7) Mencatat penjualan.
- 8) Membuka dan menutup toko.

B. Paparan Data

1. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar.

Promosi merupakan *marketing mix* dimana dalam kegiatannya bertujuan untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat menarik calon pelanggan baru. Promosi merupakan sarana yang paling efektif untuk menarik konsumen. Promosi juga dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan melalui media sosial.

Media sosial merupakan sebuah aplikasi online yang sering digunakan oleh orang – orang untuk dapat berkomunikasi, berinteraksi dan saling berbagi secara online. Dalam media sosial memungkinkan

setiap penggunanya memiliki akun atau identitas dengan membuat profil, menambah teman, berbagi ide dan berinteraksi sesama pengguna, serta berkomunikasi melalui pesan.⁴ Adanya media sosial menjadikan peluang bagi penggunanya dan juga orang – orang khususnya pebisnis untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform atau sarana dalam melakukan penjualan.

Makaroni Cengar Merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang produksi makanan ringan (camilan). Makaroni Cengar ada sejak awal tahun 2021, tepatnya pada bulan januari di Pamekasan. Produk Makaroni Cengar dijual secara offline dan juga online. Makaroni Cengar melakukan promosi produk melalui media sosial yang berupa *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Alasan Makaroni Cengar melakukan promosi menggunakan media sosial karena telah banyak orang yang mengakses internet dan berinteraksi menggunakan media sosial, sehingga mengenalkan produk Makaroni Cengar akan lebih mudah. Hal ini dipaparkan berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik Makaroni Cengar, Rozihan :

“produk yang dijual di Makaroni Cengar ini adalah camilan. Saya dan rekan saya memulai usaha ini sejak januari 2021. Kami berjualan secara *offline* dan *online*. Kami memiliki outlet di jln Raden Abdul Azis no. 138 depan SMPN 1 Pamekasan. Kami melakukan promosi menggunakan media sosial kayak *instagram*, *facebook* sama di *whatsapp* juga. Sebenarnya sebelum buka usaha, kami sudah mempromosikan usaha kami di media sosial. Berpromosi di media sosial itu lebih mudah karena sekarang sudah banyak orang yang mengakses internet dan sudah banyak muda mudi yang mengenal media sosial. Jadi kemungkinan juga

⁴ Dian Prajarini, *Media Periklanan – Instagram* (Yogyakarta : DEEPUBLISH, 2020), hlm. 2.

dengan melakukan promosi di media sosial ini akan ada banyak orang juga yang dapat mengetahui produk kami.”⁵

Hal yang sama juga dipaparkan oleh pemilik kedua Makaroni

Cengar saudara Adam :

“kami berpromosi menggunakan media sosial karena lebih mudah dan sepertinya bukan hal yang baru memanfaatkan era digital ini sebagai sarana bisnis. Dan juga, media sosial menjadi sarana yang sering diakses oleh banyak orang yang memungkinkan juga akan banyak yang mengenal produk kami. Selain itu, media sosial juga memudahkan kami untuk terhubung dengan konsumen. Media sosial yang kami gunakan berupa *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Hanya saja yang menjadi kekurangan bagi kami yaitu kurang mengoptimalkan penggunaan *facebook* dan *whatsapp* sebagai sarana promosi produk. Kami belum optimal dalam pemanfaatan kedua media sosial tersebut, untuk saat ini kami lebih memaksimalkan berpromosi di *instagram* karena target yang menjadi pasar sasaran lebih banyak menggunakan *instagram*.”⁶

Menurut saudara Adam menjelaskan bahwa Makaroni Cengar melakukan promosi produk menggunakan media sosial karena lebih mudah. Selain itu, Makaroni Cengar memilih melakukan kegiatan promosi di media sosial karena terdapat banyak pengguna yang mengakses sarana tersebut sehingga memungkinkan pula banyak konsumen yang akan mengenal produk Makaroni Cengar. Media sosial yang digunakan oleh Makaroni Cengar berupa *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Namun Makaroni Cengar kurang mengoptimalkan penggunaan media sosial *facebook* dan *whatsapp* melainkan lebih memaksimalkan promosi produk melalui media sosial *Instagram*. Hal yang sama juga disampaikan oleh saudara Nidia selaku karyawan

⁵ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

⁶ Adam rahmatullah, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

Makaroni Cengar: “iya mbak, kami melakukan promosi menggunakan sarana media sosial kayak *instagram*, *facebook* dan juga *whatsApp*. Namun, untuk saat ini kami lebih sering aktif di *instagram* karena usia pengguna yang menjadi target sasaran pasar kami lebih banyak menggunakan *instagram*. Oleh karena itu, kami harus lebih inovatif lagi untuk melakukan kegiatan promosi melalui kedua media sosial tersebut. Biasanya kegiatan promosi yang kami lakukan yaitu dengan mengunggah foto produk dan memberikan deskripsi mengenai keterangan produk yang ditawarkan secara detail. Kami memberikan tampilan yang simple namun jelas agar terlihat menarik.”⁷

Menurut saudari Nidia selaku karyawan Makaroni Cengar menjelaskan bahwa promosi yang dilakukan oleh Makaroni Cengar melalui media sosial yaitu dengan mengunggah foto dan memberikan deskripsi detail mengenai keterangan produk yang ditawarkan. Makaroni Cengar membuat tampilan foto yang simple agar terlihat bagus dan dapat menarik minat konsumen. Selanjutnya tanggapan mengenai adanya promosi di media sosial memberi kemudahan bagi pembeli. Berikut pemaparan dari saudari Nike, pelanggan Makaroni Cengar:

“adanya media sosial sangat memudahkan bagi saya untuk menemukan informasi barang yang ingin saya beli. Saya sering memesan di makaroni cengar, biasanya saya pesan secara online melalui *whatsapp*. Kemudian barang yang sudah saya pesan biasanya akan dikirimkan langsung ke alamat yang sudah saya berikan, atau juga bisa diambil ke tempat langsung.”⁸

⁷ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

⁸ Nike, Pelanggan Makaroni Cengar, wawancara langsung (06 Januari, 2022).

Hal yang sama juga dipaparkan oleh pelanggan Makaroni Cengar yaitu saudari Mustika :

“sangat memudahkan mbak, apalagi bisa tahu informasi juga dari makaroni cengar, jadi kalau makaroni cengar sedang mengadakan diskon atau mengeluarkan varian menu baru. Ya menurut saya media sosial memudahkan bagi pembeli.”⁹

Dari beberapa pemaparan yang dijelaskan oleh pelanggan dari Makaroni Cengar, dengan dilaksanakannya promosi melalui media sosial oleh Makaroni Cengar dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi dan membantu konsumen dalam pemesanan secara *online*. Kesimpulan yang didapat dari beberapa pemaparan diatas yaitu Makaroni Cengar melakukan promosi menggunakan media sosial berupa *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Dengan memanfaatkan era digital memudahkan bagi Makaroni Cengar dalam melakukan kegiatan promosi dan dapat tetap terhubung dengan konsumen ataupun pelanggan. Selain itu media sosial juga memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi sekaligus membantu dalam melakukan pemesanan secara *online*. Hanya saja Makaroni Cengar kurang mengoptimalkan dalam pemanfaatan media sosial *facebook* dan *whatsapp* melainkan lebih aktif melakukan promosi di media sosial *instagram*.

Dalam promosi terdapat juga bauran promosi atau disebut juga dengan *promotion mix*. *Promotion mix* terdiri dari iklan, penjualan,

⁹ Mustika, Pelanggan Makaroni Cengar, wawancara langsung (06 Januari, 2022).

publisitas dan penjualan personal. Berikut strategi promotion mix yang dilakukan oleh Makaroni Cengar dalam meningkatkan penjualan:

a. Iklan

Iklan merupakan salah satu sarana promosi yang dapat membantu dalam pengembangan suatu bisnis atau usaha. Iklan juga sebagai bentuk pengenalan produk kepada masyarakat, keberhasilan suatu iklan akan sangat berpengaruh terhadap penjualan. Makaroni Cengar melakukan periklanan dengan menggunakan jasa *endorse* dari *influencer food*. Makaroni Cengar memilih melakukan periklanan menggunakan jasa *endorse* karena hal tersebut merupakan salah satu strategi pemasaran online untuk meningkatkan penjualan. Periklanan yang dilakukan oleh Makaroni Cengar untuk promosi produk yaitu minimal satu kali dalam sebulan. Untuk mempromosikan produknya, Makaroni Cengar melakukan jasa *endorse* dari *influencer* yang terpercaya dan dapat memberikan pengaruh positif terhadap penjualan serta membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Makaroni Cengar. Hal ini didapatkan dari wawancara langsung dengan pemilik Makaroni Cengar, Saudara Adam:

”kami melakukan iklan dengan menggunakan jasa *endorse* dari *influencer food*, karena *endorse* juga merupakan strategi pemasaran online. Jadi, kami memilih untuk menggunakan jasa tersebut sebagai meningkatkan penjualan. Kami melakukan *endorse* minimal satu bulan satu kali. Dalam iklan *endorses* kami mendeskripsikan mengenai kualitas produk secara detail, menu dan harga, serta penambahan alamat toko. Kami memilih jasa *endorse* dari

influencer yang sudah populer agar mendapatkan *feedback* ke penjualan.”¹⁰

Hal ini juga dianggapi oleh saudari Nidia selaku karyawan

Makaroni :

“benar mbak, kalau untuk promosi iklan itu kami biasanya *endorse* pakai jasa dari *influencer* yang sudah populer. Jadi ada timbal balik yang didapat dengan melakukan promosi iklan tersebut. Timbal balik yang didapat dari iklan jasa *endorse* ini yaitu Makaroni Cengar sekarang lebih banyak dikenal orang dan pembeli juga semakin bertambah.”¹¹

Menurut penjelasan karyawan Makaroni Cengar saudari Nidia, dalam melakukan promosi iklan, Makaroni Cengar menggunakan jasa *endorse* dari *influencer* yang populer sehingga ada timbal balik yang di dapatkan oleh Makaroni Cengar yaitu produk lebih dikenal dan pembeli semakin bertambah. Selanjutnya ditambah dengan pemaparan dari pemilik Makaroni Cengar, saudara

Rozihan:

“untuk periklanan jasa *endorse* ini, kami mengeluarkan biaya sekitar Rp100.000 sampai Rp300.000 dalam satu kali *endorse*. Nah, kalau *endorse* itu kami biasanya kami kirim produk Makaroni Cengar ke orang yang di *endorse* atau bisa juga orang yang kami *endorse* akan mendatangi toko untuk melakukan *shooting* produk. Dan hasilnya berupa video promosi yang kemudian di iklankan di intagram milik *influencer* dan juga Makaroni Cengar yang kemudian bisa ditonton oleh banyak pengguna.”¹²

Menurut penjelasan dari Rozihan Hafiz selaku pemilik Makaroni Cengar, media periklanan yang dilakukan oleh Makaroni

¹⁰ Adam Rahmatullah, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

¹¹ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

¹² Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

Cengar melalui jasa *endorse* tersebut mengeluarkan biaya sebesar Rp100.000 sampai dengan Rp300.000 dalam satu kali *endorse*. Proses iklan dilakukan dengan pihak dari Makaroni cengar mendatangi pihak influencer ataupun sebaliknya. Kemudian hasil dari periklanan jasa *endorse* dengan *influencer* tersebut yaitu berupa video promosi yang kemudian diiklankan di media sosial *instagram* milik pihak *influencer* dan Makaroni Cengar sehingga dapat ditonton oleh pengguna media sosial.

Kesimpulan yang didapat dari beberapa pemaparan diatas adalah Makaroni Cengar melakukan *promotion mix* yaitu iklan dengan menggunakan jasa *endors*. Dalam melakukan iklan tersebut Makaroni Cengar memilih jasa *endors* dari *influencer food* yang sudah populer. Periklanan dilakukan minimal satu kali dalam satu bulan. Biaya yang dikeluarkan oleh Makaroni Cengar dalam melakukan promosi iklan yaitu sekitar Rp. 100.000 sampai dengan Rp 300.000. Bentuk periklanan yang dihasilkan berupa video promosi yang diiklankan melalui media sosial yaitu di *instagram*. Dampak yang didapat oleh Makaroni Cengar dengan membuat iklan yaitu produk semakin dikenal masyarakat dan semakin bertambahnya pelanggan.

b. Promosi Penjualan

Promosi penjualan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan, menciptakan minat pembeli, ataupun membangun loyalitas merek. Setiap perusahaan pastinya

berbeda-beda dalam melakukan promosi penjualan. Berikut pemaparan saudara Rozihan selaku pemilik Makaroni Cengar :

“kami melakukan promosi penjualan dengan mengadakan paket diskon, terkadang juga kami mengadakan *giveaway* untuk pengikut makaroni cengar di *instagram*. Selain itu, kami juga mengadakan pemberian kupon pada setiap pembelian produk. Kupon tersebut akan diundi melalui *instagram story* makaroni cengar setiap minggunya, dan pelanggan yang berkesempatan untuk menang akan mendapatkan *voucher* dari makaroni cengar. Kami mengadakan undian kupon tersebut selama satu bulan. Dengan kegiatan promosi penjualan ini, alhamdulillah pembeli produk kami jadi lebih banyak.”¹³

Menurut pemaparan dari pemilik usaha Makaroni Cengar, saudara Rozihan dalam promosi penjualan, Makaroni Cengar mengadakan paket diskon, *giveaway* dan pemberian kupon. Setelah diadakan promosi penjualan tersebut menimbulkan dampak penjualan terhadap produk makaroni cengar, dimana pembelian produk dari setiap pelanggan menjadi meningkat. Selanjutnya ditambah dengan pemaparan dari saudari Nidia selaku karyawan Makaroni Cengar: “iya mbak, biasanya kami mengadakan diskon, kadang juga *giveaway* dan juga pemberian kupon pada setiap pembelian produk. Kalau diskon itu biasanya dilakukan pada saat mengeluarkan produk baru atau pada even di hari – hari tertentu seperti bulan ramadhan. Jadi, kami berupaya untuk menarik minat pembeli dengan mengadakan promo penjualan. Setelah mengadakan promo – promo tersebut kami mendapatkan pelanggan lebih banyak,

¹³ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

pelanggan yang biasanya hanya sekitar 80 orang bisa mencapai sampai 200 orang.”¹⁴

Dari pemaparan saudari Nidia telah dijelaskan bahwa Makaroni Cengar dalam melakukan promosi penjualan dengan mengadakan diskon, *giveaway* dan pemberian kupon. Dimana hal tersebut tidak diadakan setiap saat melainkan pada momen tertentu saja seperti halnya pemberian diskon yang dilakukan ketika Makaroni Cengar menawarkan produk baru. Dengan diadakan promosi penjualan tersebut, pelanggan dari Makaroni Cengar menjadi bertambah hingga mencapai 200 orang.

Kesimpulan yang didapat dari penjelasan diatas yaitu Makaroni Cengar melakukan promosi penjualan dengan mengadakan paket diskon, *giveaway* dan pemberian kupon. Hal ini dilakukan secara terbatas, dengan maksud menarik minat konsumen untuk membeli produk dari Makaroni Cengar. Dengan diadakan promosi penjualan tersebut Makaroni Cengar mendapatkan keuntungan yaitu pelanggan menjadi bertambah yang dapat menimbulkan peningkatan pada penjualan.

c. Publisitas

Publisitas merupakan sebuah bentuk promosi yang dilakukan untuk mendorong citra perusahaan, produk atau merek *brand* melalui kegiatan positif. Sebuah usaha Makaroni Cengar melaksanakan kegiatan yang dapat bermanfaat bagi masyarakat.

¹⁴ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

Berikut pemaparan yang disampaikan langsung oleh pemilik usaha

Makaroni Cengar, Rozihan Hafiz :

“kami pernah melakukan sponsorship pada acara festival lomba MTQ yang diadakan di Pamekasan beberapa waktu lalu, bentuk sponsor dari kami itu berupa produk Makaroni Cengar. Tujuan melakukan hal seperti itu selain untuk melakukan promosi juga untuk menarik perhatian orang banyak atas produk kami sekaligus dapat memberikan kesan yang baik kepada masyarakat luas. Kami juga pernah melakukan kegiatan amal seperti memberikan apresiasi kecil untuk orang – orang yang sudah melakukan vaksin *covid-19* dengan memberikan produk gratis. Kegiatan tersebut kami lakukan atas keperdulian kami kepada setiap orang yang telah bersedia melakukan vaksin agar terhindar dari ancaman virus *covid-19*.”¹⁵

Pemaparan dari pemilik usaha Makaroni Cengar Rozihan menjelaskan bahwa Makaroni Cengar telah melakukan kegiatan dengan mensponsori sebuah kegiatan festival MTQ yang diadakan di Pamekasan dan melakukan kegiatan amal dengan memberikan produk secara gratis kepada setiap orang yang telah melakukan vaksin *covid-19*. hal yang sama juga dipaparkan oleh karyawan Makaroni Cengar, Nidia:

“iya mbak, kami pernah mensponsori acara festival MTQ dengan mengirimkan produk Makaroni Cengar sebanyak 45 pcs perharinya dan festival tersebut diadakan selama tiga hari, Jadi total produk yang kami kirimkan ada 135pcs. Kami juga pernah mengadakan kegiatan amal pemberian dengan memberikan produk gratis sebagai penghargaan kecil untuk orang – orang yang sudah melakukan vaksin *covid-19*. Kegiatan tersebut diadakan selama dua hari dan setiap orang yang akan mendapatkan produk gratis dari Makaroni Cengar cukup mendatangi

¹⁵ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, Wawancara Langsung (18 Mei, 2022).

outlet dengan menunjukkan bukti telah vaksin *covid-19* disertai ktp asli.”¹⁶

Menurut penjelasan dari Nidia selaku Karyawan Makaroni Cengar, keikutsertaan Makaroni Cengar sebagai shonshorship di acara festival MTQ dengan mengirimkan produk sebanyak 135pcs serta mengadakan kegiatan amal untuk orang – orang yang telah bersedia melakukan vaksin *covid-19* sebagai apresiasi dengan memberikan produk gratis.

d. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal merupakan bentuk promosi yang melibatkan karyawan untuk melakukan penjualan langsung secara pribadi kepada konsumen. Penjualan personal dilakukan oleh usaha Makaroni Cengar kepada pelanggan dengan melakukan penawaran secara langsung di toko serta melalui perantara berupa media sosial.

Berikut pemaparan dari pemilik usaha Makaroni Cengar, Rozihan Hafiz:

“kami melakukan penjualan personal kepada pelanggan yang mengunjungi outlet Makaroni Cengar dan untuk konsumen yang belum mengetahui produk Makaroni Cengar, kami melakukannya melalui promosi di media sosial. Jadi, kami tidak melakukan penjualan produk dengan mendatangi konsumen secara langsung melainkan melalui media sosial. Media sosial yang kami gunakan merupakan media sosial milik Makaroni Cengar. Kami tidak memakai akun media sosial pribadi karena khawatir postingan produk akan tercampur dengan postingan lainnya yang tidak bertentangan dengan Makaroni Cengar.”¹⁷

¹⁶ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, Wawancara Melalui Telepon (18 Mei, 2022).

¹⁷ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, Wawancara Langsung (18 Mei, 2022).

Selanjutnya penjelasan dari karyawan Makaroni Cengar saudari, Nidia:

“disini kami melakukan penawaran produk melalui media sosial saja dengan mengadakan promosi atau pun membuat iklan melalui media sosial *instagram*, *facebook* dan *whatsapp*. Kami tidak melakukan kunjungan langsung pada konsumen untuk melakukan penjualan produk. Namun, kami akan melakukan penjualan personal kepada pelanggan yang mendatangi outlet kami dengan memberikan penawaran atas produk – produk dari Makaroni Cengar serta membuat pelanggan tersebut tertarik untuk membeli.”

Menurut pemaparan diatas dijelaskan bahwa Makaroni Cengar dalam melakukan penjualan produk tidak dengan mengunjungi konsumen secara langsung, melainkan melalui media sosial dengan membuat iklan untuk mempromosikan produknya. Kegiatan penjualan personal hanya dilakukan pada pelanggan yang mengunjungi toko Makaroni Cengar dengan memberikan penawaran serta membuat pelanggan tertarik untuk membeli produk dari Makaroni Cengar.

2. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar dalam perspektif ekonomi Islam.

Islam melarang menyampaikan suatu informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan atau mengandung unsur kebohongan. Sama halnya dalam melakukan promosi, informasi yang disampaikan haruslah berdasarkan kenyataan dan tidak mengandung unsur kebohongan. Pada dasarnya berpromosi dalam ekonomi Islam diperbolehkan namun harus

berdasarkan nilai – nilai keislaman dengan menyampaikan kebenaran, berperilaku jujur, tidak menipu dan bertanggung jawab. Makaroni Cengar dalam menjalankan kegiatan promosinya dilakukan dengan baik. Pemilik selalu menganjurkan kepada setiap karyawannya untuk senantiasa bersikap jujur kepada pelanggan. Pernyataan ini didapatkan dari wawancara langsung dengan pemilik Makaroni Cengar, saudara Rozihan :

“dalam menjalankan usaha ini saya menganjurkan kepada setiap karyawan untuk bersikap jujur, termasuk saya sendiri. Karena dengan jujur dapat menimbulkan rasa kepercayaan ke konsumen dan akan menciptakan hal yang positif pada usaha kami. Terlebih pada saat melakukan kegiatan promosi produk melalui media sosial, kami memberikan deskripsi secara lengkap terkait informasi kualitas produk yang ditawarkan. Kami juga memberikan informasi dengan jelas tanpa adanya unsur kebohongan.”¹⁸

Hal yang sama juga ditanggapi oleh saudara Adam selaku pemilik

Makaroni Cengar :

“menurut saya bersikap jujur itu penting dalam menjalankan sebuah usaha. Begitu juga saat melakukan kegiatan promosi, kejujuran pasti diperlukan untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Oleh karena itu, kami menampilkan testimoni dari konsumen pada setiap media sosial Makaroni Cengar, dengan adanya hal tersebut kami berharap agar dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kami.”¹⁹

Hal ini juga ditanggapi oleh saudari Nidia selaku karyawan

Makaroni Cengar :

“mas rozi dan mas adam memberi tahu kepada saya untuk selalu bersikap jujur dalam bekerja. Untuk itu saya sebagai karyawan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap konsumen, mulai dengan melakukan komunikasi yang baik

¹⁸ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

¹⁹ Adam Rahmatullah, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

dan besikap ramah terhadap pelanggan yang ingin mengetahui informasi tentang produk Makaroni Cengar.”²⁰

*Berdasarkan pemaparan diatas kejujuran menjadi hal yang penting bagi Makaroni Cengar, karena dengan berlaku jujur dapat menciptakan rasa kepercayaan dari konsumen sehingga setiap anggota baik pemilik maupun karyawan menerapkan prinsip untuk berlaku jujur dalam setiap kegiatan terutama promosi. Kejujuran dari Makaroni Cengar dilakukan dengan memberikan testimoni konsumen sehingga membantu meningkatkan rasa percaya kepada calon konsumen. Selanjutnya disampaikan oleh pembeli produk Makaroni Cengar, saudari Mamik:

“iya mbak, kualitas produk yang saya dapat sesuai sama yang dipromosikan di instagram. Foto dan video yang diupload jelas, ada keterangannya juga. Informasi menu dan harga yang diberikan juga sudah benar.”²¹

Hal yang sama juga ditanggapi oleh pembeli, saudari Nike :

“makaroni cengar ini pelayanannya bagus, penjualnya ramah dan produknya juga saya suka karena sesuai sama yang di iklankan. Kalau saya pesan di makaroni cengar itu lewat online biasanya menghubungi melalui *whatsapp* dan penjualnya juga *fast respon*. ”²²

Dari berbagai pemaparan diatas telah dijelaskan bahwa Makaroni Cengar melakukan promosi produk melalui media sosial dengan jujur dan benar. Kesimpulannya kejujuran merupakan suatu hal yang penting bagi Makaroni Cengar, karena dengan adanya hal tersebut dapat menciptakan rasa kepercayaan dari pelanggan serta akan mengarahkan pada hal - hal positif bagi Makaroni Cengar, baik dalam usaha maupun

²⁰ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

²¹ Mamik, pelanggan Makaroni Cengar, wawancara langsung (06 Januari, 2022).

²² Nike, pelanggan Makaroni Cengar, wawancara via telpon (06 Januari, 2022).

penjualan. Dengan memberikan informasi yang jelas mengenai produk yang dipromosikan dan menampilkan testimoni pada setiap media sosial dengan harapan agar pembeli dapat percaya serta tidak ragu dalam melakukan pembelian di Makaroni Cengar. Makaroni Cengar juga memberikan pelayanan yang ramah kepada pelanggan serta memenuhi permintaan pembeli.

Melakukan promosi yang bermakna dengan menyampaikan informasi yang mengandung pesan menarik dan tidak merendahkan produk lain serta tidak mengobrol sumpah kepada pembeli merupakan etika berpromosi dalam ekonomi Islam. Berpromosi yang baik dapat dilakukan dengan menyampaikan kebenaran, menghindari penipuan dan tidak memanipulasi konsumen. Berikut pemaparan saudara Rozihan, selaku pemilik usaha Makaroni Cengar :

“Kami menghindari tindakan yang akan membuat calon konsumen merasa dirugikan, seperti berlebihan dalam membuat iklan atau memberikan pengakuan yang tidak sesuai dengan keadaan produk serta memberi tahu kepada karyawan kami untuk memberikan hak pembeli atas produk yang ditawarkan. Promosi dan penawaran dari produk Makaroni Cengar memiliki konsep penjualan yang berbeda dan berciri khas.”²³

“kami tidak melakukan promosi yang membandingkan – bandingkan antara produk kami dengan produk lain. Pesaing yang ada di pamekasan ini memiliki kualitas produk yang berbeda dengan Makaroni Cengar, kebanyakan produk yang dijual merupakan *brand* dari pabrik yang di distribusikan ke toko – toko swalayan, dan pasar sarasannya tidak hanya di area pamekasan saja. Sedangkan Makaroni Cengar masih mengoptimalkan pasar sasaran di pamekasan, dan untuk bersaing di luar Pamekasan atau Madura pada saat ini masih cukup sulit.”²⁴

²³ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

²⁴ Rozihan Hafiz, Pemilik Makaroni Cengar, wawancara langsung (18 Mei, 2022).

Hal yang sama dipaparkan oleh karyawan Makaroni Cengar, saudari

Nidia :

“iya mbak, mas rozi memberikan amanah kepada saya atas hak pembeli dengan memberikan ketentuan-ketentuan produk sesuai prosedur yang telah diberikan, seperti takaran bumbu, berat barang, pengemasan dan pengiriman barang serta tidak menjelek – jelek produk pesaing hanya untuk membuat pembeli tertarik dengan produk kami. Dalam melaksanakan promosi pun insyaAllah kami selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.”²⁵

“Pengiriman yang dilakukan oleh Makaroni Cengar dalam setiap pengiriman produk tidak ada kendala, kecuali pada pengiriman melalui pihak ketiga yaitu jasa kirim, yang terkadang terlambat dalam penjemputan barang ke Makaroni Cengar sehingga pesanan yang akan sampai ke konsumen menjadi lebih lama dari waktu yang telah diperkirakan.”²⁶

Dari beberapa penjelasan diatas menunjukkan bahwa Makaroni Cengar dalam pelaksanaan promosi menghindari tindakan yang akan merugikan konsumen dan juga Makaroni Cengar itu sendiri. Selain itu Makaroni Cengar amanah dalam memberikan hak pembeli atas produk yang di promosikan serta memberikan pelayanan yang baik. Hal ini didukung dengan pernyataan dari pembeli saudari Mustika :
“pelayanannya bagus, penjualnya ramah, jadi saya sebagai pembeli merasa nyaman dengan perlakuan yang diberikan. Promosinya sudah sesuai, tidak ada masalah dalam pembelian dan pesanan diterima sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan. Barang yang saya terima pun sesuai dengan yang saya pesan.”²⁷

²⁵ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (05 Januari, 2022).

²⁶ Nidia, Karyawan Makaroni Cengar, wawancara langsung (18 Mei, 2022).

²⁷ Mustika, Pelanggan Makaroni Cengar, wawancara langsung (06 Januari, 2022).

Menurut saudari Mustika sebagai pembeli di Makaroni Cengar menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Makaroni Cengar dilaksanakan dengan baik dan tidak bermasalah dalam pembelian. Dengan demikian Makaroni Cengar menerapkan etika dengan baik dalam pelaksanaan promosi produk dan pelayanan kepada pembeli. Dari berbagai pemaparan diatas disimpulkan bahwa Makaroni Cengar menerapkan prinsip untuk selalu berlaku jujur dalam setiap kegiatan, memberikan pelayanan yang baik, tidak melakukan iklan palsu dan tidak mengumbar janji palsu serta amanah atas produk yang dipromosikan.

C. Temuan Penelitian

Pada uraian sebelumnya peneliti telah melakukan penelitian, mengumpulkan data kemudian mendeskripsikan sesuai dengan hasil data penelitian yang diperoleh dilapangan. Adapun beberapa temuan yang menjadi pokok persoalan terkait paparan data yang disajikan sebagai berikut: **Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar.**

- 1 Media sosial yang digunakan oleh Makaroni Cengar sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan berupa Instagram, Facebook, dan WhatsApp.
- 2 Penggunaan media sosial sebagai strategi promosi memberikan manfaat terhadap Makaroni Cengar dan pembeli.

- a. Bagi Makaroni Cengar, media sosial memudahkan dalam menjangkau konsumen karena produk yang di promosikan melalui media sosial akan diketahui oleh banyak orang, dan dapat menimbulkan peningkatan pada penjualan.
 - b. Bagi pembeli, media sosial memudahkan dalam hal pemesanan dan pembelian, karena bisa dilakukan tanpa harus mengunjungi penjual secara langsung.
- 3 *Promotion mix* yang dilakukan oleh Makaroni Cengar periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal.
 - 4 Makaroni Cengar melakukan periklanan di media sosial dengan menggunakan jasa *endorse* dari *influencer food*.
 - 5 Promosi penjualan yang dilakukan oleh Makaroni Cengar yaitu dengan mengadakan paket diskon, *give away* dan pemberian kupon.
 - 6 Pelaksanaan publisitas yang dilakukan Makaroni Cengar yaitu mensponsori sebuah kegiatan festival MTQ dan mengadakan kegiatan amal berupa pemberian produk gratis kepada orang yang telah melakukan vaksin *covid-19*.
 - 7 Makaroni Cengar melaksanakan penjualan personal kepada pelanggan yang mengunjungi toko Makaroni Cengar dan melakukan penjualan produk kepada konsumen menggunakan media sosial dengan membuat iklan
 - 8 Penghasilan atau omset yang didapat oleh Makaroni Cengar tidak selalu mengalami peningkatan yang konsisten pada setiap bulannya.

Data pada jumlah penjualan memiliki perubahan yang kurang signifikan.

Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar dalam perspektif ekonomi Islam.

- 1 Pelaksanaan promosi oleh Makaroni Cengar telah dilakukan dengan ikhlas melalui pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen dan tidak melakukan promosi yang membandingkan dengan produk pesaing.
- 2 Kejujuran merupakan hal terpenting bagi Makaroni Cengar dalam melaksanakan strategi promosi melalui media sosial, hal ini dibuktikan dengan foto yang diunggah di media sosial serupa dengan produk asli dan informasi disampaikan dengan jelas sekaligus memberikan testimoni.
- 3 Makaroni Cengar melakukan periklanan yang bermanfaat dengan menyampaikan informasi di media sosial terkait menu dan harga produk Makaroni Cengar.
- 4 Makaroni Cengar juga mampu bertanggung jawab atas produk yang ditawarkan serta amanah dalam pengiriman barang kepada konsumen.

D. Pembahasan

Berdasarkan temuan penelitian yang didapat dari paparan data di lapangan, pada bagian ini akan dibahas secara detail berdasarkan dengan literatur yang berkaitan dengan fokus masalah yang telah ditetapkan.

Peneliti melakukan pembahasan untuk memaparkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha Makaroni Cengar sebagai berikut:

1. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar.

Sebagai penunjang keberhasilan kegiatan pemasaran, perusahaan perlu melakukan strategi promosi. Promosi merupakan sebuah kegiatan yang memberikan informasi dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, manfaat, keunggulan dan harga, serta cara untuk memperolehnya.²⁸

Seorang pebisnis untuk mengenalkan produknya kepada konsumen perlu melakukan bauran pemasaran, dimana terdapat unsur penting dalam bauran pemasaran yang berupa promosi. Kegiatan promosi dilakukan bertujuan untuk meningkatkan nilai usaha dengan melakukan penjualan. Selain itu, promosi juga memiliki tujuan untuk menginformasikan produk kepada konsumen serta berusaha menarik konsumen untuk membeli. Seiring berkembangnya zaman, pelaksanaan promosi pada masa kini dapat dilakukan secara online. Adanya internet memudahkan bagi pebisnis untuk mempromosikan produknya melalui media sosial. Hal ini juga terjadi pada usaha toko Makaroni Cengar di Pamekasan.

Makaroni Cengar adalah sebuah usaha toko yang menjual aneka camilan berupa makaroni, mie lidi, basreng, dan aneka camilan lainnya. Aneka camilan tersebut disajikan dengan beberapa varian rasa seperti

²⁸ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 133

manis, asin dan pedas, dimana pembeli dapat memilih rasa sesuai dengan selera masing – masing. Harga yang ditawarkan oleh Makaroni Cengar kepada konsumen berbeda – beda tergantung dari jenis produk. Produk Makaroni Cengar yang banyak diminati oleh pembeli yaitu basreng dengan rasa pedas. Makaroni Cengar menggunakan media sosial sebagai media untuk melakukan promosi dan mengenalkan produk kepada konsumen dengan memberikan informasi terkait produk yang ditawarkan.

Keberadaan internet juga memberikan manfaat terhadap kegiatan pemasaran dan sangat membantu untuk keberlangsungan promosi melalui media sosial. Karena media sosial memiliki akses jangkauan yang luas sehingga memungkinkan bagi perusahaan untuk lebih mudah menginformasikan tentang produk yang ditawarkan dan membantu konsumen untuk mengenal produk dari perusahaan tersebut. Media sosial juga memberikan manfaat bagi pebisnis yaitu sebagai media praktis untuk beriklan dan sebagai sarana untuk berkomunikasi dengan calon pembeli.

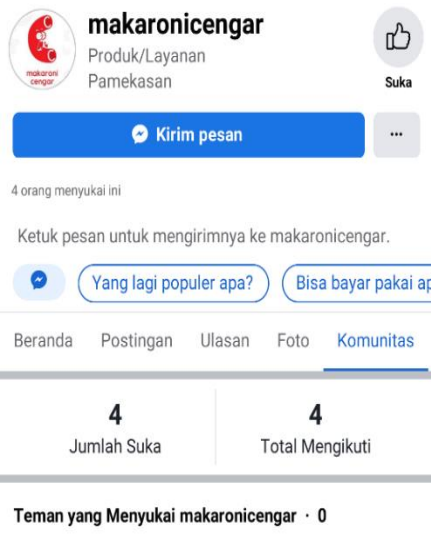

Makaroni Cengar pun memperoleh beberapa manfaat dari melakukan promosi menggunakan media sosial yaitu memudahkan produk untuk lebih dikenal oleh konsumen karena media sosial diakses oleh banyak pengguna dan pada saat melakukan komunikasi dengan konsumen menjadi lebih fleksibel. Menurut tanggapan dari konsumen tentang adanya promosi melalui media sosial memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mendapatkan setiap informasi produk yang

diinginkan, serta memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian. Karena hal tersebut dapat dilakukan tanpa harus mendatangi tempat penjualan produk secara langsung.

Pada Makaroni Cengar, media sosial yang digunakan sebagai strategi promosi yaitu berupa instagram, facebook, dan whatsapp. Dari ketiga media sosial tersebut penggunaan instagram lebih aktif dibandingkan dengan penggunaan facebook dan whatsapp. Hal membuat owner Makaroni Cengar lebih aktif melakukan promosi melalui media sosial *instagram* disebabkan oleh banyaknya pengikut pada *instagram* dibandingkan dengan pengikut di media sosial *facebook* Makaroni Cengar.

Gambar 4.3

Data Pengikut/Followers Makaroni Cengar di Media Sosial

| Facebook | Instagram |
|---|--|
|  <p>Facebook profile for 'makaronicengar' (Produk/Layanan Pamekasan). It shows 4 likes and 4 total followers. A 'Kirim pesan' button is visible.</p> |  <p>Instagram profile for 'makaronicengar'. It shows 246 posts, 1,047 followers, and 52 following. The bio includes the address: 'Makaroni Cengar Official, Depan SMPN 1 Pamekasan (gerbang barat), Jl KH Agus Salim (depan dealer Yamaha)...'. A link 'linktr.ee/Makaronicengar' is provided.</p> |

Sumber : Makaroni Cengar,2022

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa perbandingan jumlah pengguna yang mengikuti akun media sosial *facebook* dan *instagram* Makaroni Cengar yaitu 4 : 1.047. Jumlah pengikut di *instagram* Makaroni Cengar lebih banyak dibandingkan dengan jumlah pengikut di *facebook*. Dengan demikian postingan yang diunggah oleh Makaroni Cengar melalui akun media sosial *instagram* akan lebih banyak diketahui oleh banyak orang di bandingkan dengan postingan yang di unggah di *facebook*. Sehingga hal tersebut membuat owner dari Makaroni Cengar lebih sering aktif melakukan promosi melalui media sosial Instagram karena dampak yang di berikan dengan melakukan promosi di *instagram* lebih besar dari pada berpromosi di *facebook*.

Tabel 4.1

Data Insight Instagram Makaroni Cengar Selama 90 hari (26 Maret – 26 Juni)

| No. | Akun yang Berinteraksi | | Persentase |
|-----|----------------------------|---------------------|------------|
| 1. | Berdasarkan Kota teratas | Kabupaten Pamekasan | 27,2% |
| | | Tlanakan | 5,9% |
| | | Surabaya | 5,1% |
| | | Jakarta | 5% |
| | | Indonesia | 96,7% |
| 2. | Berdasarkan Negara teratas | Malaysia | 1,3% |
| | | India | 0,9% |
| | | Korea Selatan | 0,2% |

| | | | |
|----|----------------------------------|-------------|--------|
| 3. | Berdasarkan rentang usia teratas | 13-17 Tahun | 11,5% |
| | | 18-24 Tahun | 50,7% |
| | | 25-34 Tahun | 28,7% |
| | | 35-44 Tahun | 6,3% |
| 4. | Berdasarkan jenis Kelamin | Perempuan | 60,2% |
| | | Laki-laki | 39,7 % |

Sumber : *Instagram* Makaroni Cengar, 2022.

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa akun pengguna yang paling banyak melakukan interaksi ataupun mengunjungi akun media sosial *Instagram* Makaroni Cengar yaitu berasal dari kota Pamekasan dengan total pengunjung sebanyak 27,2%. Selain itu interaksi pada media sosial *instagram* Makaroni Cengar tidak hanya berasal dari akun pengguna negara Indonesia namun juga terdapat akun pengguna luar negeri lainnya seperti salah satunya yaitu Malaysia. Rentang usia yang paling banyak berinteraksi di *instagram* Makaroni Cengar yaitu sekitar 18-24 tahun, dan juga pengunjung lebih banyak dari pada pengunjung laki-laki.

Berikut beberapa strategi yang diterapkan oleh Makaroni Cengar dalam bauran promosi yang antara lain:

a) Iklan

Periklanan yang dilakukan oleh Makaroni Cengar melalui pemanfaatan media sosial yaitu dengan cara memposting gambar atau video produk dengan memberikan penjelasan sedetail mungkin tentang produk – produk

tersebut. Makaroni Cengar juga melakukan jasa *endorse* kepada seorang *food influencer*, dimana orang tersebut akan mempromosikan produk atau label dengan membuat video promosi di media sosial dan mempengaruhi konsumen untuk mencoba sesuatu yang telah di unggahnya di media sosial. Dengan menggunakan jasa *endorse* tersebut Makaroni Cengar membayar pada pihak *influencer* sekitar Rp 100.000 sampai dengan Rp 300.000 dalam satu kali *endorse*.

Kegiatan iklan yang dilakukan oleh Makaroni Cengar tersebut akan di tampilkan pada media sosial milik *influencer* dan juga media sosial milik Makaroni Cengar yang berupa *instagram, facebook dan whatsapp* Dengan adanya kegiatan tersebut menjadikan produk semakin di kenal dan jumlah pengunjung yang membeli produk dari Makaroni Cengar juga menjadi bertambah dibandingkan dengan tidak melakukan periklanan. Jadi, periklanan memiliki dampak baik bagi Makaroni Cengar dan konsumen.

Kesimpulannya periklanan yang dilakukan oleh Makaroni Cengar sesuai dengan teori periklanan yang menjelaskan bahwa iklan (*Advertising*) merupakan segala bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran. periklanan juga memberikan kesempatan bagi perusahaan agar bisa mengembangkan suatu produk atau label khusus.

b) Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan suatu bentuk aktivitas pemasaran dengan sebuah usaha menyebarkan informasi dan mempengaruhi atau membujuk pasar sasaran atau perusahaan.²⁹ Kegiatan ini dilakukan guna meningkatkan penjualan dan minat beli konsumen, sekaligus untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada pelanggan. Kegiatan promosi penjualan ini diadakan dalam jangka waktu yang pendek, biasanya dilakukan pada waktu – waktu tertentu. Bentuk strategi promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membujuk konsumen berbeda – beda. Namun, setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama dalam mengadakan kegiatan promosi penjualan tersebut yaitu agar membeli produk yang ditawarkan. Terdapat beberapa program kegiatan yang dapat dilaksanakan dalam menjalankan strategi promosi penjualan seperti diskon ataupun bonus hadiah.

Bentuk strategi Promosi penjualan yang pernah dilakukan oleh Makaroni Cengar yaitu mengadakan potongan harga berupa diskon dan paket diskon serta mengadakan *giveaway*. Selain itu, Makaroni Cengar juga mengadakan pemberian kupon undian. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada saat mengeluarkan produk baru atau pada

²⁹ Apriwati Sholihat, “Pengaruh promosi penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie,” *JOM FISIP* vol 5 no. 1 (April 2018) hlm. 4

waktu – waktu lain yang telah ditentukan. Contohnya saat memperingati hari penting seperti hari kemerdekaan atau mungkin juga pada saat bulan ramadhan.

Pelaksanaan kegiatan promosi penjualan oleh Makaroni Cengar memberikan pengaruh yaitu minat beli dari pelanggan menjadi semakin bertambah. Oleh karena itu, dengan strategi promosi penjualan dapat membantu bagi Makaroni Cengar untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian strategi promosi penjualan yang diterapkan oleh Makaroni Cengar sesuai dengan teori bauran promosi tentang promosi penjualan yang merupakan sebuah bentuk promosi ditujukan untuk meningkatkan penjualan secara langsung maupun tidak langsung seperti halnya dengan mengadakan kegiatan – kegiatan potongan harga.

c) Publisitas

Kegiatan Publisitas yang telah dilakukan oleh Makaroni Cengar yaitu dengan menjadi sponsorship sebuah acara festival yang diadakan di Pamekasan. Bentuk sponsorship yang dilakukan oleh Makaroni Cengar yaitu dengan memberikan produk sebanyak 45pcs dalam tiga hari. Tujuan Makaroni Cengar mensponsori acara tersebut yaitu untuk mendapatkan perhatian dari banyak orang sekaligus menjadikan produk Makaroni Cengar agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Selain itu, Makaroni Cengar juga melakukan jenis kegiatan amal dalam memotivasi kesadaran masyarakat untuk melakukan vaksinasi *covid-19* dengan memberikan apresiasi berupa pemberian produk secara gratis yang berlangsung selama 2 hari.

Dengan demikian Makaroni Cengar telah sesuai dalam penerapan promosi melalui kegiatan sosial yang memiliki unsur – unsur kemanusiaan, sponsorship dan amal yang sejalan dengan teori publisitas.

d) Penjualan Personal

Penjualan personal yang dilakukan oleh Makaroni Cengar kepada pelanggan yang mengunjungi Makaroni Cengar. Pihak dari Makaroni Cengar tidak melakukan kegiatan penjualan produk dengan mendatangi konsumen secara langsung, melainkan dengan memperkenalkan produk melalui media sosial.

Makaroni Cengar melaksanakan kegiatan promosi pada media sosial dengan membuat iklan atau memposting foto produknya. Dengan demikian, konsumen maupun calon konsumen akan mendapatkan informasi terkait penawaran produk Makaroni Cengar melalui media sosial. Akun media sosial yang digunakan oleh Makaroni Cengar untuk melaksanakan promosi merupakan akun bisnis milik Makaroni Cengar yang dikelola oleh owner.

Penjualan personal yang dilaksanakan oleh karyawan dari Makaroni Cengar yaitu dengan *me-repost* postingan foto ataupun video yang telah diunggah oleh Makaroni Cengar untuk disebarluaskan kembali pada akun media sosial milik karyawan (pribadi) agar memperoleh

Dengan demikian penjualan personal yang telah dilaksanakan oleh Makaroni Cengar selaras dengan teori karena melibatkan karyawan dalam melakukan penjualan dan memicu pelanggan atas pembelian produk.

Selanjutnya dari pembahasan fokus permasalahan yang pertama ditemukan hasil penelitian berupa penerapan strategi pada Makaroni Cengar yaitu melaksanakan ke-empat bauran promosi yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal.

1. Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi dalam meningkatkan penjualan pada usaha makaroni Cengar dalam perspektif ekonomi Islam.

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari tentang sistematis dalam mempelajari masalah – masalah ekonomi masyarakat secara rasional menurut perspektif Islam. Bagi seorang pebisnis yang syariah pentingnya menerapkan prinsip ekonomi Islam dalam berbisnis sebagaimana telah diajarkan oleh Rasulullah.

Persaingan dalam bisnis membuat perusahaan berlomba – lomba menanamkan image produk yang kuat kepada konsumen melalui iklan. Dengan kejadian tersebut memungkinkan bagi perusahaan

menayangkan iklan yang dibuat semenarik mungkin dan tidak jarang mengabaikan tata cara periklanan sesuai dengan anjuran yang berlaku. Setiap perusahaan akan berusaha untuk unggul dalam melakukan persaingan produk agar mendapatkan keuntungan yang tinggi. Sebagai pebisnis syariah, dalam mengelola usahanya tidak hanya memandang kepentingan secara materialisme saja, namun perlu juga diperhatikan etika dalam menjalankan bisnis sesuai dengan syari'at agar memperoleh kebaikan didunia dan diakhirat serta mendapatkan keridhoan dari Allah SWT. Dalam etika bisnis Islam, periklanan dilaksanakan dengan memperhatikan beberapa ketentuan seperti contoh tidak boleh membuat iklan palsu, tidak mengobral janji, tidak membuat iklan yang bertentangan dengan norma - norma kesusilaan dan iklan harus dilakukan dengan jujur. Berikut beberapa penerapan promosi menurut ekonomi Islam:

a. *Sincerity* (Tulus/Ikhlas)

Makaroni Cengar dalam melakukan kegiatan promosi dilaksanakan dengan ciri khasnya sendiri dan tidak membanding – bandingkan antara produk Makaroni Cengar dengan produk lainnya. Pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh Makaroni Cengar melalui media sosial dengan menyampaikan informasi secara lengkap sehingga memudahkan konsumen yang ingin mengetahui detail produk yang ditawarkan oleh Makaroni Cengar.

Pelayanan yang diberikan oleh Makaroni Cengar menimbulkan tanggapan yang positif dari konsumen karena dalam setiap pemesanan produk di Makaroni Cengar, konsumen memperoleh pelayanan yang baik dari karyawan Makaroni Cengar sehingga membuat konsumen merasa nyaman pada saat melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa Makaroni Cengar tulus dalam melakukan kegiatan promosi.

b. *Honesty* (Kejujuran)

Prinsip kejujuran juga diterapkan oleh Makaroni Cengar dalam melaksanakan kegiatan promosi yaitu dengan memberikan produk sesuai dengan postingan Foto dan video yang diunggah di media sosial. Makaroni Cengar menampilkan foto produk secara jelas dan nyata sehingga menampilkan gambar yang sesuai dengan keadaan produk yang sebenarnya atau *real pict*. Makaroni Cengar juga menghindari kegiatan yang dapat merugikan konsumen dan juga usaha Makaroni Cengar sendiri dengan melarang karyawan untuk menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan penawaran yang telah dilakukan oleh Makaroni Cengar serta tidak berlebihan dalam membuat iklan.

Selain itu, Makaroni Cengar juga memberikan beberapa testimoni konsumen untuk menciptakan kepercayaan konsumen maupun calon konsumen terkait

dengan informasi produk yang ditawarkan oleh Makaroni Cengar. Dengan adanya testimoni dari konsumen dapat membantu calon konsumen dalam keputusan pembelian produk dari Makaroni Cengar.

Kejujuran Makaroni Cengar dalam pelaksanaan kegiatan promosi melalui media sosial dibuktikan oleh tanggapan dari konsumen mengenai informasi kegiatan promosi yang diberikan di media sosial sesuai dengan perolehan barang yang didapat oleh konsumen ketika membeli produk dari Makaroni Cengar. Dengan demikian menunjukkan bahwa Makaroni Cengar benar – benar menerapkan prinsip kejujuran dalam melakukan kegiatan promosi melalui media sosial.

c. *Meaningful* (Promosi yang Bermakna)

Promosi yang bermakna pada pelaksanaan kegiatan promosi dapat dilakukan dengan menyampaikan pesan – pesan yang bermanfaat serta tidak menyinggung satu pihak maupun masyarakat luas serta tidak membuat iklan yang mengandung unsur seksualitas.

Melakukan promosi yang bermakna dengan menyampaikan pesan yang bermoral kepada masyarakat merupakan salah satu prinsip berpromosi menurut ekonomi Islam. Hal ini dilakukan dengan tidak membuat iklan yang mengandung unsur pemaksaan atau membuat iklan yang

akan menarik konsumen pria dengan mengeksploitasi tubuh wanita.³⁰

Pada prinsip promosi yang bermakna yang dilakukan oleh Makaroni Cengar melalui media sosial yaitu membuat iklan dengan menampilkan kualitas bahan serta menyampaikan informasi menggunakan bahasa yang baik dan sopan sehingga tidak menimbulkan ketersinggungan bagi pengguna media sosial yang mengunjungi profil Makaroni Cengar.

Selain itu, Makaroni Cengar juga memposting foto dan video berupa produk di media sosial. Adapun beberapa keterangan pada foto mengenai penjelasan produk yang dipromosikan oleh Makaroni Cengar. Terdapat pula foto produk yang diunggah oleh Makaroni Cengar pada media sosial dengan disertai model. Akan tetapi, model yang berada pada foto tersebut tampak sopan dan tidak terlihat menyimpang dari aturan. Kemudian Makaroni Cengar juga memberikan daftar menu beserta harga di akun media sosial *instagram*, *facebook*, serta *whatsapp* serupa dengan daftar menu yang ada di toko.

Dengan demikian Makaroni Cengar melakukan promosi melalui media sosial dengan tidak melakukan

³⁰ Siti Aminah, "Tinjauan Islam Terhadap Konsep dan Strategi Promosi Perusahaan Provider Telekomunikasi di Makassar", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018), hlm., 34

penyimpangan dalam membuat iklan serta memposting foto dan video sesuai dengan teori promosi yang bermakna.

d. *Accountability* (Tanggung Jawab/Amanah)

Tanggung jawab merupakan wujud kesadaran manusia akan tingkah laku dan tindakan yang telah diperbuat. Dalam kegiatan promosi bertanggung jawab dilakukan dengan menepati janji berdasarkan promosi yang telah dilakukan.

Pada usaha Makaroni Cengar, karyawan memberikan hak pembeli atas ketentuan produk yang akan didapatkan oleh konsumen sesuai dengan prosedur yang telah diberikan oleh pemilik Makaroni Cengar. Ketentuan – ketentuan tersebut berupa kualitas produk, takaran bumbu, berat barang, pelayanan, kesesuaian menu dan harga yang dipromosikan, serta pengiriman barang. Dari berbagai ketetapan yang diajukan oleh pemilik kepada karyawan untuk diberikan ke pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan benar.

Contoh lain dari promosi yang dilakukan Makaroni Cengar yaitu memposting foto produk dan memberikan potongan harga dalam setiap pembelian dengan varian rasa tertentu misalnya telur asin dan rumput laut. Kemudian pelanggan yang membeli produk dengan varian rasa tersebut

akan mendapatkan potongan harga sesuai dengan promosi yang diberikan oleh Makaroni Cengar.

Adapun tanggapan dari pelanggan Makaroni Cengar menjelaskan bahwa pengiriman barang dari Makaroni Cengar sampai tepat waktu kepada pelanggan sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. Hal ini menunjukkan bahwa Makaroni Cengar bertanggung jawab atas promosi yang telah dilakukan.

Kesimpulan dari pembahasan mengenai strategi promosi yang diterapkan oleh Makaroni Cengar menurut prinsip ekonomi Islam yaitu dengan memberikan informasi lengkap terkait produk yang ditawarkan sehingga memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi produk secara detail, memberikan pelayanan yang ramah dan belaku jujur dalam setiap kegiatan promosi, menggunakan bahasa yang baik dalam pembuatan iklan serta amanah dalam memberikan hak pembeli atas produk yang ditawarkan.

Hasil Penelitian

- 1 Pemanfaatan media sosial sebagai strategi promosi memberikan kemudahan bagi Makaroni Cengar dalam melaksanakan penerapan dari *promotion mix* berupa iklan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan personal.
- 2 Penggunaan media sosial dalam menjalankan strategi promosi pada Makaroni Cengar dilaksanakan berdasarkan prinsip – prinsip yang berpedoman pada ekonomi Islam yaitu dengan melakukan promosi

dengan tulus, jujur dalam memberikan informasi, melakukan promosi yang bermakna serta amanah dalam melaksanakan kegiatan promosi melalui media sosial dan mampu bertanggung jawab atas promosi yang telah dilakukan di media sosial