

Analysis Of Promotional Strategies Through The Use Of Instagram Social Media To Increase Sales At Homme Coffee Surabaya

Analisis Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Homme Coffe Surabaya

Dinar Erika Febianti^{1*}, Acep Samsudin²

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur^{1,2}

dinarerika05@gmail.com¹, acep.samsudin.adbis@upnjatim.ac.id²

*Corresponding Author

ABSTRACT

This research aims to analyze promotional strategies through the use of Instagram social media to increase sales at Homme Coffee Surabaya. With the increasing importance of social media in modern marketing strategies, especially Instagram which is popular among users looking for culinary inspiration and places to hang out, this research focuses on how Homme Coffee Surabaya can utilize the platform effectively. The research methods used are case studies and qualitative data analysis. Sales data before and after implementing promotional strategies via Instagram will be analyzed to see the impact. Additionally, user engagement, number of followers, and types of effective content will also be evaluated. It is hoped that the results of this research will provide in-depth insight into the effectiveness of using Instagram social media in increasing sales for cafe businesses such as Homme Coffee Surabaya. The practical implications can help in developing better and more efficient promotional strategies through social media to increase the visibility and attractiveness of cafe businesses.

Keywords: Strategy, Instagram Social Media, Effectiveness

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan pada Homme Coffee Surabaya. Dengan semakin pentingnya media sosial dalam strategi pemasaran modern, terutama Instagram yang populer di kalangan pengguna yang mencari inspirasi kuliner dan tempat nongkrong, penelitian ini fokus pada bagaimana Homme Coffee Surabaya dapat memanfaatkan platform tersebut secara efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dan analisis data kualitatif. Data penjualan sebelum dan sesudah implementasi strategi promosi melalui Instagram akan dianalisis untuk melihat dampaknya. Selain itu, interaksi pengguna, jumlah pengikut, dan jenis konten yang efektif juga akan dievaluasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang efektivitas pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan untuk bisnis kafe seperti Homme Coffee Surabaya. Implikasi praktisnya dapat membantu dalam pengembangan strategi promosi yang lebih baik dan efisien melalui media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bisnis kafe.

Kata Kunci : Strategi, Media Sosial Instagram, Efektivitas

1. Pendahuluan

Berkembangnya peradaban manusia, teknologi akan terus berkembang dari waktu ke waktu guna menyelaraskan pola kehidupan manusia itu sendiri. Hal tersebut membuat teknologi pada era globalisasi saat ini sudah semakin maju dan berkembang dengan pesat. Perkembangan teknologi yang ada juga dapat memenuhi kebutuhan hidup manusia dalam beraktivitas sehari-hari. Tanpa disadari, teknologi saat ini telah mempengaruhi setiap aspek kehidupan manusia, termasuk aktivitas bisnis.

Perkembangan teknologi pada saat ini juga mulai merambah pada dunia usaha. Dengan didasari persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin ketat, menuntut setiap pelaku usaha mempunyai keahlian untuk mampu memanfaatkan segala peluang dan teknologi yang ada, Adapun Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha dalam

mempertahankan bisnisnya agar dapat berkembang dan mendapatkan profit atau keuntungan yang diinginkan.

Saat ini banyak pelaku bisnis yang mulai mengubah strategi pemasarannya. Mereka mulai menggunakan strategi pemasaran berbasis digital (digital marketing) untuk memperluas jaringan pemasarannya ke dunia yang lebih luas. Salah satu cara digital marketing yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha yaitu dengan memanfaatkan media sosial. Media sosial dianggap oleh para pelaku usaha mampu membantu mempermudah penyebaran informasi terkait kegiatan promosi dengan cepat namun dengan biaya dan tenaga yang cukup rendah.

Salah satu media sosial yang terus berkembang dan memiliki cukup banyak pengguna adalah media sosial Instagram yang banyak menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh para pebisnis sebagai strategi meningkatkan penjualan. Laporan We Are Social Media 2023 menunjukkan, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Dengan besarnya angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut, membuat kegiatan promosi melalui media sosial yang salah satunya merupakan instagram, menjadi sangat menarik dan banyak digunakan oleh para pelaku usaha.

Homme Coffe Surabaya merupakan salah satu kedai kopi asli Indonesia yang mencoba memasuki persaingan pasar kedai kopi khususnya di Kota Surabaya dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk melakukan kegiatan promosi. Melalui akun Instagramnya, Homme Coffe Surabaya tidak hanya menghadirkan foto produk, namun juga memposting konten live music dan juga info promo diskon. Homme Coffe Surabaya juga mengunggah atau me-repost postingan foto pengunjung yang mengunggahnya ke Instagram.

Tabel 1. Omzet Penjualan Homme Cafe Surabaya 4 Bulan Terakhir

BULAN	OMZET PENJUALAN
Juni	Rp. 7.352.000
Juli	Rp. 5.670.000
Agustus	Rp. 6.520.000
September	Rp. 4.875.000

Sumber : (Homme Coffe Surabaya, 2023)

Dapat dilihat pada tabel tersebut, Homme Coffe Surabaya mengalami angka omzet penjualan yang fluktuatif setiap bulannya. Hal tersebut terjadi karena tidak optimalnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Homme Coffe Surabaya melalui platform media sosial instagram yang berakibat pada tidak selalu tercapainya target penjualan di setiap bulan. Ini merupakan suatu masalah jika perusahaan memiliki omzet penjualan yang tidak stabil dan akan menjadi ancaman pada keberlangsungan usaha tersebut.

Dengan segala permasalahan yang terjadi pada Homme Coffe Surabaya, peneliti tertarik untuk melakukan analisis ulang terkait strategi promosi melalui pemanfaatan media sosial instagram dalam meningkatkan penjualan pada homme coffe surabaya.

2. Tinjauan Pustaka Strategi

Strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau senantiasa meningkat dan terus menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang di harapkan oleh pelanggan di masa depan (Hamel dan Prahalad, 2018). Menurut Dirgantoro dalam Tania (2018) manfaat strategi sebagai sarana untuk mengkomunikasikan tujuan organisasi dan menentukan jalan mana yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan.

Promosi

Tjiptono mendefinisikan Promosi sebagai suatu bentuk aktifitas pemasaran yang menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang di tawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Sedangkan Simamora mendefinisikan promosi menjadi dua sudut pandang. Bagi produsen promosi adalah sebuah kegiatan untuk memberi info produk, membujuk konsumen, untuk membeli, serta untuk mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk.

Digital Marketing

Digital marketing merupakan program di internet yang terkait dengan teknologi digital, yang didalamnya berhubungan dengan komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran (Yacub, R., & Mustajab, 2020).

Digital marketing atau bisa disebut pemasaran digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dengan saluran komunikasi online (Chakti, 2019).

Instagram Sebagai Media Promosi

Media jejaring sosial merupakan teknologi berbasis mobile website atau saluran akses seperti Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn dan YouTube yang menjadi tempat jutaan konsumen mencari informasi dan mendiskusikan produk sebelum mengambil keputusan pembelian (Elbert dan Griffin).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai media promosi produk atau jasa. Periklanan online (di internet) saat ini sangat menantang pesatnya perkembangan media jejaring sosial yang menghubungkan pemasar dengan target pasar tanpa batasan ruang dan waktu. Media ini dapat menciptakan kesadaran konsumen lebih cepat dan jangkauannya lebih luas dibandingkan pesan melalui media tradisional.

Penjualan

Penjualan adalah inti dari proses ekonomi yang memungkinkan perusahaan untuk memasarkan produk atau layanan mereka kepada pelanggan. Ini adalah upaya untuk mengubah prospek menjadi pelanggan dengan menawarkan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan, atau masalah pelanggan (Dharmmesta, et al. 2019). Pada dasarnya, penjualan melibatkan interaksi antara penjual dan pembeli, di mana penjual berusaha meyakinkan atau membujuk pembeli untuk melakukan pembelian.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kualitatif dengan metode deskriptif. Oleh karena itu penelitian ini bersifat mendeskripsikan temuan data-data yang telah didapatkan pada suatu objek, fenomena, ataupun lingkungan yang berkaitan dengan topik permasalahan yang sedang diteliti. Data yang telah diperoleh tersebut kemudian dideskripsikan melalui teks naratif yang tersusun dari rangkaian kata yang membentuk paragraf. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari 3 metode yaitu In-depth Interview, Observasi, dan juga Dokumentasi. Teknik In-depth Interview dilakukan dengan mewawancarai sejumlah informan yang memiliki kapasitas dan hubungan dalam objek yang diteliti. Beberapa informan tersebut terdiri dari pemilik, karyawan, dan juga konsumen dari Homme Coffee Surabaya. Teknik observasi dilakukan dengan mengamati objek penelitian dengan memperhatikan beberapa hal yang dianggap sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian. Teknik Dokumentasi dilakukan dengan mengambil data berupa visual, tulisan, ataupun karya monumental dari objek

terkait. Data yang telah diperoleh tersebut, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif yang dimana merupakan tahapan menganalisa dan menyusun secara terstruktur data yang telah diperoleh melalui proses pengumpulan data. Sejumlah data tersebut diklasifikasikan kedalam beberapa kategori dan diuraikan dengan mengelompokan data kedalam pola dan memilih poin penting untuk kemudian dapat dilakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

Menggunakan Review atau Testimoni dari Konsumen

Hasil testimoni dari klien sangat diperlukan dalam melancarkan strategi promosi Homme Coffee dengan menggunakan media sosial instagram. Testimoni merupakan bentuk pernyataan langsung dari konsumen terkait perasaan puas maupun kurang puas terhadap pengalaman dan kualitas pelayanan yang dari suatu produk barang ataupun jasa yang sudah didapatkan. Hasil testimoni biasanya dapat diunggah melalui fitur Instastory pada Instagram Homme Coffee dan juga hasil dari me-repost postingan konsumen yang mengunggah foto/video menu Homme Coffee.

Strategi yang digunakan oleh Homme Coffee ini juga sebagai bentuk apresiasi terhadap klien ketika hasil review/testimoninya diunggah kembali pada akun Instagram Homme Coffee. Jika hubungan klien dan perusahaan terjalin dengan baik, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang. Klien yang merasa puas akan jasa yang diberikan akan membagikan pengalamannya kepada kerabat, teman bahkan koleganya dan membuka peluang besar dikemudian hari untuk mencoba jasa tersebut.

Selain untuk meningkatkan kepercayaan calon klien agar menggunakan jasa dari Homme Coffee sekaligus sebagai media pemasaran gratis, testimoni juga dapat digunakan oleh Homme Coffee sebagai bahan evaluasi. Karena sejatinya tidak semua testimoni akan bersifat positif, tetapi juga ada yang bersifat mengkritik/membangun guna meningkatkan kualitas pelayanan dari Homme Coffee.

Mengatur Jadwal Penting

Melalui fitur diatas, dapat ditentukan kapan waktu terbaik dalam melakukan postingan di Instagram. Karena data yang ada dapat digunakan untuk menyimpulkan performa dari akun Instagram bisnis yang dikelola dan melihat karakteristik audiens, mulai dari lokasi, umur, gender, sampai dengan rata-rata waktu dan hari apa saja yang paling sering dan aktif digunakan oleh followers di Instagram.

Setelah mengetahui kapan waktu atau jadwal yang tepat untuk mem-pasting di Instagram, pastikan konten yang akan diposting merupakan konten yang menarik dan penuh ide. Karena akan percuma jika waktu yang dipilih tepat, namun konten tidak menarik, kemungkinan jangkauannya akan sempit. Algoritma Instagram akan mendahulukan postingan yang paling terbaru pada timeline penggunaanya. Maka, usahakan melakukan posting ketika para follower aktif menggunakan Instagram.

Posting Konten Interaktif

Konten interaktif merupakan salah satu kuncikesuksesan dalam suatu strategi digital marketing. Bagi masyarakat pengguna Instagram secara umum konten- konten yang ada akan digunakan sebagai pemuas perasaan mereka, entah itu sebagai sarana mencari hiburan maupun sarana dalam mendapatkan edukasi. Namun berbeda dengan kegiatan content marketing, tujuan utamanya adalah menciptakan hubungan baik (engagemet) dengan para followers atau calon konsumen. Salah satunya adalah dengan membuat konten-konten interaktif dalam postingan Instagramnya.

Terdapat beberapa jenis ide konten interaktif yang digunakan oleh Homme Coffee dengan menggunakan media sosial Instagram diantaranya seperti a) Question and Answer (Q&A) via Instastory yang dapat membantu pemilik akun bisnis dalam mengetahui sejauh mana antusias followers terhadap bisnis yang mereka jalankan. Selain bisa digunakan untuk hiburan dan mengisi waktu senggang, pemilik akun Instagram bisnis juga dapat meningkatkan hubungan dengan followers aktifnya. Selain itu strategi Giveaway melalui akun Instagram mereka yang bertujuan untuk mempromosikan menu menu yang ada di Homme Coffe dan juga untuk menjaring lebih banyak followers dan calon konsumen. Syarat giveaway terbilang simpel dan umumnya menggunakan aturan berupa like dan komen di postingan Instagram, follow akun Instagram yang bersangkutan dan tag minimal 3 (tiga) orang teman dikolom komentar.

Mengoptimalkan Fitur-fitur dalam Instagram

Fitur merupakan fungsi dan kemampuan khusus yang dimiliki oleh sebuah perangkat keras maupun perangkat lunak. Di dalam Instagram sendiri memiliki banyak sekali fitur yang memiliki kemampuan dan manfaatnya masing-masing, serta dapat dioptimalkan sebagai suatu strategi digital marketing oleh para pemilik bisnis.

Terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh Homme Coffee dengan mengoptimalkan beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram diantaranya seperti fitur bio pada Instagram yang memiliki peran yang cukup penting dalam menarik perhatian penggunanya. Bio akan memudahkan mengenalkan produk yang ditawarkan serta dapat mengkomunikasikan informasi-informasi inti kepada konsumen. Terdapat juga fitur Instagram Reels yang merupakan fitur terbaru yang dimiliki oleh media sosial Instagram. Tidak hanya dapat membagikan story maupun meng-upload foto dalam feed Instagram, dengan adanya fitur baru ini para pengguna Instagram dapat lebih kreatif lagi dalam menyuguhkan setiap kontennya. Fitur Tag dan mention dalam Instagram juga digunakan sebagai strategi dari Homme Coffee Surabaya dengan menyantumkan akun milik orang lain pada postingan maupun story pada Instagram. Istilah tag (tanda) lebih umum digunakan pada saat mengunggah foto/video yang nantinya akan masuk dalam feeds Instagram. Namun, jika mention (sebut) kerap digunakan saat mem-posting instastory, bio Instagram, caption pada unggahan Instagram, dan komentar sebuah postingan.

5. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara bersama beberapa informan, yaitu owner Homme Coffee, tim serta konsumen Homme Coffee didapatkan data berupa strategi-strategi yang digunakan dalam melaksanakan promosi dengan memanfaatkan media sosial Instagram, yaitu dengan cara mengoptimalkan fitur bio pada akun Instagram, menggunakan review atau testimoni dari Konsumen, mengatur jadwal posting, memposting konten interaktif, seperti melakukan Q&A via instastory, kemudian dilakukan dengan cara mengoptimalkan fitur-fitur yang ada didalam Instagram, misalnya Instagram Reels, tag and mention, dan hashtag. Dengan menjalankan strategi promosi menggunakan Instagram secara konsisten, berpengaruh signifikan terhadap meningkatnya penjualan usaha Homme Coffee Surabaya.

Daftar Pustaka

- Dharmmesta, Basu Swastha dan Handoko, T.Hani. 2018. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Elbert, Ronald J. & Griffin, R.W. (2009), Business. New Jersey: Prentice-Hall
- Hamel dan Prahalad. 2018. Management. New Delhi: Tata McGraw Hill.

- Simamora, Roni Jetri. 2021. Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Kartu Provider Tri (3) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi
- Tania, C. 2018. Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan. Skripsi. Universitas Sumatera Utara
- Tjiptono, Fandy. 2018. Strategi Pemasaran. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Yacub, R., & Mustajab, W. (2020). Analysis of the Effect of Digital Marketing on Brand Awareness in E-Commerce. *Manajerial*, 12(2), 198–209.