

Abstrak

Perkembangan bisnis saat ini dinilai sangat pesat bila dilihat dari aspek keragaman produk hingga beberapa representasi produsen dalam memasarkan produknya hingga sampai kepada konsumen. Era globalisasi ini mengiringi dinamika kehidupan masyarakat yang semakin memanfaatkan kecanggihan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah penggunaan sosial media sebagai alat pemasaran yang dinilai efektif. Berdasarkan informasi yang diperoleh setidaknya 94% pemakaian internet di Indonesia mayoritas sebagai strategi promosi pada suatu produk tertentu. Instagram menjadi salah satu *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat dilihat dari keragaman fitur yang ditawarkan. Karnevor.id sebagai salah satu pelaku bisnis di era globalisasi ini juga merasa dimudahkan dengan adanya instagram sebagai alat promosi yang efisien karena beberapa fitur yang ada di aplikasi instagram tersebut. Tujuan penelitian ini untuk (1) mendeskripsikan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan promosi yang dilakukan melalui sosial media Instagram dalam meningkatkan penjualan produk *home service bussines* di Karnevor.id Tulungagung, (2) mendeskripsikan hambatan dan solusi promosi yang dilakukan melalui sosial media Instagram dalam meningkatkan penjualan produk *home service bussines* di Karnevor.id Tulungagung dan (3) menganalisis strategi promosi sesuai perspektif islam yang dilakukan melalui sosial media Instagram dalam meningkatkan penjualan produk *home service bussines* di Karnevor.id Tulungagung.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang sesuai sebagai metode dalam menganalisis objek Karnevor.id. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah metode induktif meliputi kondensasi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa (1) perencanaan yang dilakukan oleh Karnevor.id sebagai upaya promosi menggunakan media sosial Instagram adalah membuat *timeline* posting hingga beberapa strategi *voucher* potongan harga dan informasi terkait pelayanan Karnevor.id dilanjutkan dengan pelaksanaan promosi yang mengimplementasikan rencana tersebut diiringi dengan pengawasan agar hasil yang diperoleh sesuai rencana yang telah disusun, (2) hambatan utama yang terjadi yaitu munculnya persaingan. Persaingan ini muncul baik dari dalam daerah sekitar sendiri maupun dari daerah lain di seluruh Indonesia. Penggunaan media sosial ini tidak hanya memberikan hambatan saja, tetapi juga dapat memberikan solusi yang dapat memberikan keuntungan bagi produsen atau pemilik. Penggunaan teknologi untuk penjualan online dapat digunakan untuk meningkatkan keuntungan yang didapat konsumen dan (3) strategi yang digunakan oleh Karnevor.Id Tulungagung yaitu dengan menggunakan pemasaran melalui online atau media sosial, baik instagram, facebook dan whatsapp, sebagai salah satu bukti dalam mengikuti perkembangan zaman.

Kata Kunci : *Strategi promosi, Instagram, Karnevor.id, meningkatkan penjualan*

Abstract

The current business development is considered very rapid when viewed from the aspect of product diversity to several representations of producers in marketing their products to consumers. This era of globalization accompanies the dynamics of people's lives which increasingly take advantage of technological sophistication in various aspects of life. One of the uses of technological sophistication in the business world is the use of social media as a marketing tool that is considered effective. Based on the information obtained, at least 94% of internet usage in Indonesia is mostly used as a promotional strategy for a particular product. Instagram is one of the social media platforms that is widely used by the public, judging by the variety of features it offers. Karnevor.id as one of the business actors in this era of globalization also feels that it is facilitated by the existence of Instagram as an efficient promotional tool because of several features in the Instagram application. The purpose of this study is to (1) describe the planning, implementation and supervision of promotions carried out through Instagram social media in increasing sales of home service bussines products at Karnevor.id Tulungagung, (2) describe barriers and promotional solutions carried out through Instagram social media in increasing sales. home service business products at Karnevor.id Tulungagung and (3) analyz promotional strategies according to an Islamic perspective carried out through social media Instagram in increasing sales of home service bussines products at Karnevor.id Tulungagung.

The research method used in this study is a descriptive research method with a qualitative approach that is appropriate as a method for analyzing Karnevor.id as objects. Data collection techniques used include observation, in-depth interviews and documentation. While the data analysis technique used is the inductive method including data condensation, data presentation and drawing conclusions.

Based on the research that has been done, this study shows that (1) the planning carried out by Karnevor.id as a promotional effort using Instagram social media is to create a posting timeline to several discount voucher strategies and information related to Karnevor.id services followed by the implementation of promotions with implementing the plan is accompanied by supervision so that the results obtained are in accordance with the plans that have been prepared, (2) the main obstacle that occurs is the emergence of competition. This competition arises both from within the surrounding area itself and from other regions throughout Indonesia. The use of social media does not only provide obstacles, but also can provide solutions that can provide benefits for producers or owners. The use of technology for online sales can be used to increase the profits obtained by consumers and (3) the strategy used by Karnevor.Id Tulungagung is to use online marketing or social media, both Instagram, Facebook and WhatsApp, as one of the evidences in keeping up with the times. .

Keywords: *Promotion strategy, Instagram, Karnevor.id, increasing sales*