

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijabarkan bagaimanakah implementasi sosial media marketing instagram dapat memberi pengaruh terhadap penjualan Toko Daging RPH. Pemaparannya dilakukan untuk objek dan setiap narasumber dan akan dirangkum semua menjadi satu beserta perbandingan data penjualan 2021 semester 1 dengan data penjualan 2022 semester 1.

4.1. Deskripsi Perusahaan dan Narasumber

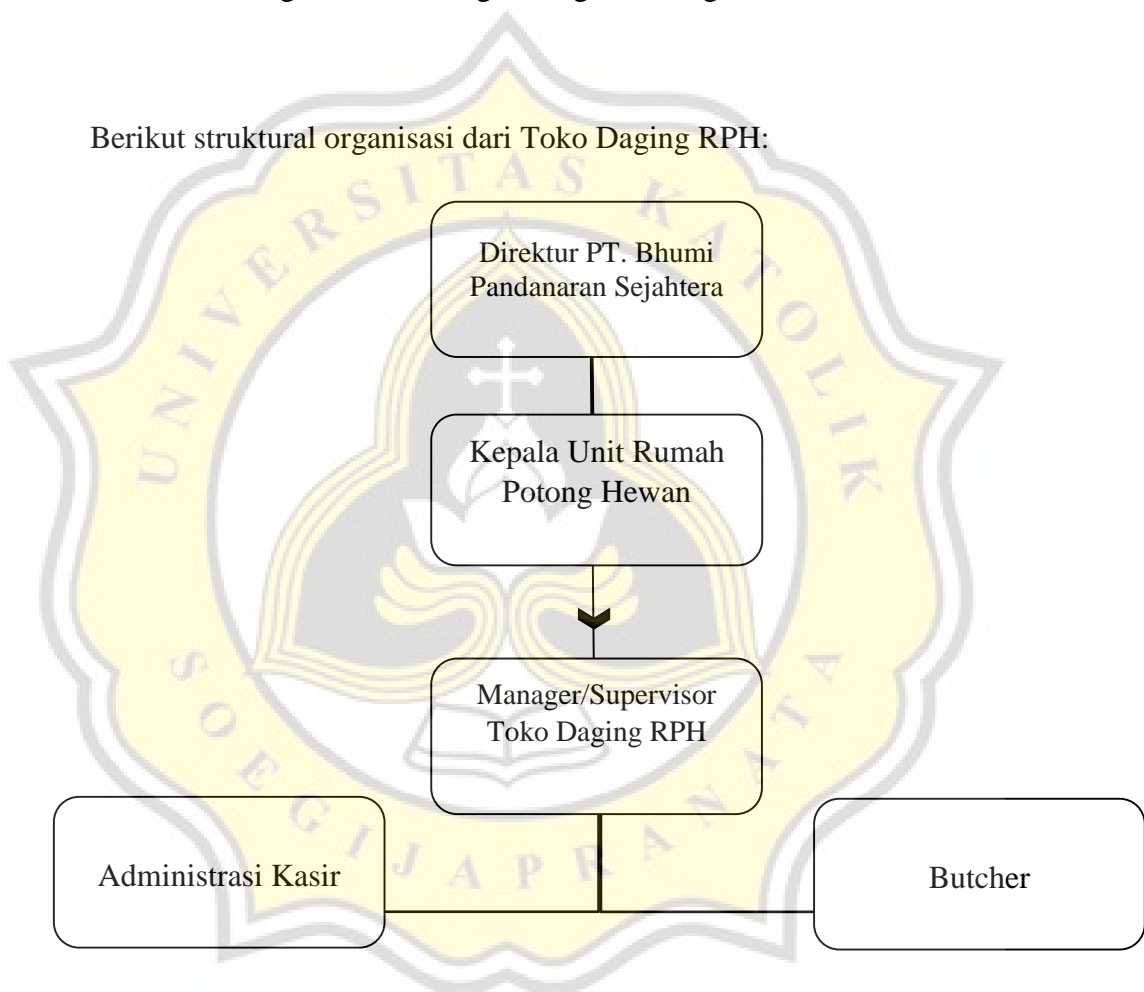
4.1.1. Gambaran Umum dan Sejarah Toko Daging RPH

Toko Daging RPH adalah sebuah bentuk dari usaha dari unit rumah potong hewan dan budidaya hewan potong yang di kelola PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera (Perseroan Daerah Kota Semarang) yang dibawah langsung oleh pemerintahan kota Semarang. Toko Daging RPH berdiri sejak 22 januari 2020 dan perkembangan nya usaha nya pun terlihat signifikan dimana toko langsung dibuka pada pertengahan kota di Jl. Kyai Saleh No.7B Semarang. Mereka memiliki motto “ASUH” yakni; Aman, Sehat, Utuh, Halal yang dipotong langsung oleh juru sembelih dari RPH Kota Semarang serta bersertifikat HALAL MUI. Ide bisnis yang dicetus langsung oleh Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera dimulai memang dirasa pada waktu itu kurang tepat karena tepat pada maret 2020 dimana pemerintah menyatakan pandemi covid-19 dan melakukan lockdown membuat Toko Daging RPH harus memutar kepala bagaimana cara agar usaha bisa bertahan dikarenakan Toko Daging RPH memiliki target segmen pasar bisnis dan juga kepada end user dikarenakan tujuan di dirikan Toko Daging RPH untuk meningkatkan penghasilan dari unit usaha rumah potong hewan dan budidaya hewan potong.

4.1.2. Struktural Organisasi

Struktural organisasi adalah susunan juga penghubungan antara tiap bagian juga divisi serta posisi pada suatu organisasi maupun perusahaan untuk menjalankan kegiatan mereka untuk mencapai target dari organisasi. Struktural organisasi terbentuk sebagai pemisahan kegiatan ataupun pekerjaan antara satu dan lain serta bagaimana hubungan fungsi dan kegiatan dibatasi.

Berikut struktural organisasi dari Toko Daging RPH:



Gambar 4.1 Struktural Organisasi Toko Daging RPH

Sumber: Hasil Data Wawancara

Deskripsi Pekerjaan:

1. Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera

Sebagai pengambil keputusan akhir dari segala langkah, pembelian stok maupun promosi yang akan Toko Daging RPH akan lakukan juga melakukan pengarahan ataupun perintah kepada Toko Daging RPH

2. Kepala Unit Rumah Potong Hewan

Berperan sebagai pengontrol kualitas daging untuk stok toko juga melakukan pengambilan keputusan jumlah stok dengan manager/supervisor Toko Daging yang nantinya akan diajukan kepada Direktur.

3. Manager/Supervisor Toko Daging RPH

Bertanggung jawab atas Toko Daging juga memimpin serta mengawasi seluruh kegiatan dari toko hingga membantu penjualan dalam toko. Tak lupa melakukan pengaturan dan penghitungan masuk keluar nya stok barang yang nantinya akan diajukan kepada atasan.

4. Administrasi Kasir

Bertugas melayani proses transaksi dengan pelanggan juga melayani pelanggan serta memeriksa, mencatat serta merekap data pelaporan penjualan.

5. Butcher

Menyiapkan segala jenis produk daging yang dijual Toko Daging kepada pelanggan dari membersihkan dan memotong daging yang akan dijual.

4.1.3. Gambaran Umum Narasumber

Seperti dijelaskan dalam Bab III, ada tujuh narasumber penelitian yang telah di wawancarai dan juga pelitian ini bersifat terbuka serta tidak ada paksaan dari pihak manapun sehingga bisa lebih terbuka dalam menjawab pertanyaan serta dapat

tercapai tujuan penelitian yang diharapkan peneliti. Berikut deskripsi profil dari hasil wawancara yang sudah dilakukan peneliti;

Tabel 4.1. Profil Narasumber

Narasumber	Deskripsi
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	Narasumber 1 adalah Direktur dari PT Bhumi Pandanaran Sejahtera yang telah menjabat selama 4 tahun. Beliau memiliki pendidikan sarjana ekonomi dari Perbanas Institute Jakarta dan berusia 51 tahun. Sebelum menjabat sebagai direktur PT BPS, yang bersangkutan memiliki jenjang karir yang berawal dari CMO di suatu perusahaan leasing hingga menjadi area manager juga pernah menjadi wiraswasta pemilik usaha dealer jual beli mobil bekas. Beliau adalah orang yang supel, baik dan bijaksana, hal ini terlihat dari penyampaian tutur kata yang baik dan tepat saat kami berbicara.
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan unit RPH	Narasumber 2 adalah supervisor Toko Daging RPH sekaligus dokter Hewan unit RPH yang sudah memulai jenjang karir nya dari 2017 hingga saat ini sebagai dokter hewan unit RPH, administrator keuangan pada 2019-2020 dan supervisor Toko Daging RPH. Diumur 27 tahun beliau memiliki tempat praktek klinik hewan di daerah Semarang atas. Beliau adalah orang yang ramah, mudah bergaul dan akrab dengan lawan bicaranya, hal ini terlihat dari gaya berbicara saat kami berbicara.

<p>Narasumber 3 Tenaga Magang Tambahan Sosial Media Toko Daging RPH</p>	<p>Narasumber 3 adalah tenaga tambahan magang yang direkrut oleh PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera untuk membantu mengadmindkan instagram Toko Daging RPH. Dia adalah mahasiswa sarjana S1 di Unika Soegijapranata yang berumur 22 yang sedang menjalani semester akhir. Dia juga sempat menjadi admin sosial media dari perusahaan tempat dia bekerja saat ini sehingga dipercaya dapat membantu di Toko Daging RPH. Dia di kontrak dari Februari sampai dengan april untuk membantu serta handle sosial media marketing dari instagram Toko Daging RPH.</p>
<p>Narasumber 4 Ibu Rumah Tangga dan Salah Satu Follower Instagram Toko Daging RPH</p>	<p>Narasumber 4 adalah seorang ibu rumah tangga dan salah satu follower Instagram Toko Daging RPH. Beliau berdomisili di kota Kudus dan mengetahui mengenai Toko Daging RPH dari rekomendasi saudara kandung nya yang tinggal di Semarang, sehingga sampai saat ini beliau selalu membeli dari Toko Daging RPH saat beliau mengunjungi kota Semarang. Beliau adalah orang yang murah senyum, dan perhatian, hal ini terlihat dari gaya bicaranya saat kami berbincang lewat telepon Whatsapp.</p>
<p>Narasumber 5 Karyawan Perusahaan Elektronik dan Salah Satu Follower Instagram Toko Daging RPH</p>	<p>Narasumber 5 adalah seorang karyawan swasta dan salah satu follower instagram Toko Daging RPH. Beliau berprofesi sebagai karyawan swasta di salah satu perusahaan elektronik terbesar di Indonesia. Beliau adalah lulusan Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya dan</p>

	<p>mengetahui Toko Daging RPH saat sedang melewati jalan Kyai saleh karena pada saat itu beliau sedang mencari daging sapi untuk perayaan halal bihalal yang dirayakan di Semarang. Beliau berdomisili di Semarang dan Kudus karena lokasi kerja beliau di Kudus jadi harus pergi pulang menyesuaikan waktu. Beliau adalah orang yang pintar, ramah dan baik dengan lawan bicara nya, hal ini terlihat dari gaya berbicara saat kami berbicara di instagram direct message dan telpon whatsapp.</p>
<p>Narasumber 6 Karyawan Perusahaan Swasta dan Salah Satu Follower Instagram Toko Daging RPH</p>	<p>Narasumber 6 adalah seorang karyawan swasta dan salah satu follower instagram Toko Daging RPH. Beliau juga menjadi ibu rumah tangga dengan memiliki 1 anak balita dan mengetahui Toko Daging RPH saat mencari Toko Daging di aplikasi instagram dan promosi dan akhirnya beliau mampir dengan mencari lokasi di google map. Beliau adalah orang yang baik, ramah dan ceria dengan lawan bicara nya, hal ini terlihat dari gaya berbicara saat kami berbicara di telepon Whatsapp.</p>
<p>Narasumber 7 Karyawan Event Organiser di Jakarta</p>	<p>Narasumber 7 adalah seorang karyawan perusahaan event organiser di Jakarta yang berumur 26 tahun lulusan Binus University. Beliau sempat memiliki proyek dalam tim pekerjaan dari salah satu perusahaan provider telekomunikasi terbaru dan cukup ternama di Indonesia sebagai content creator dan admin</p>

	<p>untuk Instagram dan Tiktok selama 3 bulan sehingga peneliti menilai kak Junianto memiliki wawasan yang lebih dalam pengamatan untuk sosial media dan dapat memberi penilaian pada instagram Toko Daging RPH</p>
--	--

Sumber: Hasil Data Wawancara

Data yang diperoleh dari wawancara berupa jawaban narasumber atas pertanyaan yang diajukan oleh penelitian melalui panduan wawancara yang dilakukan secara tatap muka langsung dengan narasumber, yang kemudian data jawaban tersebut akan berbentuk hasil dari kutipan wawancara yang sudah dilakukan. Kutipan hasil wawancara tersebut memaparkan jawaban dari narasumber yang beragam mengenai faktor wawancara dari informan penelitian tersebut secara lebih rinci diuraikan serta dijelaskan dalam sub bab hasil penelitian berikut ini.

4.2. Tanggapan Narasumber Mengenai Kualitas Instagram

Berdasarkan hasil wawancara selama penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat berbagai faktor yang dapat memberi pengaruh dalam peningkatan penjualan dengan menggunakan media sosial instagram sebagai sosial media marketing dari masing masing narasumber. Berikut hasil pembahasan mengenai hal hal yang menjadi pengaruh dalam peningkatan penjualan dengan menggunakan media sosial instagram sebagai sosial media marketing.

Kualitas Instagram dari ketujuh narasumber penelitian diukur melalui 4 (empat) indikator yaitu Context/Konteks, Communication/Komunikasi, Collaboration/Kolaborasi dan Connection/Koneksi. Berikut ini ini adalah kualitas Instagram dari narasumber.

1. Context/Konteks

Context atau Konteks merupakan itu bagaimana kita bisa membuat sebuah cerita atau pesan informatif seperti bentuk dari sebuah pesan itu

sendiri yang terdiri atas Foto & Video juga Konten yang sudah terunggah di instagram Toko Daging RPH.

Tabel 4.2 Wawancara Context/Konteks

Foto/Video & Konten

<p>Apa konten-konten promosi dari sebelum dan sesudah optimalisasi promosi instagram Toko Daging RPH membuat saudara tertarik berbelanja di Toko Daging RPH seperti dari foto/video unggahan, konten, keestatikan, promo dll?</p>	
<p>Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga</p>	<p><i>Buat sebelum di optimalisasi menurut saya kurang ya dari segi aspek menarik karena kalau saya nilai hanya apa ada nya, saya Cuma liat apa ada promo promo harga yang ada. Kalau sekarang lebih bagus, rapi, yang jelas lebih menarik perhatian buat lihat profil Toko Daging.</i></p>
<p>Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik</p>	<p><i>Sebelum optimalisasi instagram Toko Daging sangat lah kurang dan tidak menarik, terus terang saya jarang buka instagram toko kalau ga ada promo tapi setelah melihat perkembangan instagram nya sekarang jadi lebih baik dan menarik secara keseluruhan bahkan ada profile video nya keren.</i></p>
<p>Narasumber 6 Follower & Karyawan Perusahaan</p>	<p><i>Sangat berubah menurut saya dari yang sebelum dan sesudah karena saya lihat sendiri dari segi konten nya editan nya beda banget lebih teratur dan membuat promosi nya lebih menarik oleh orang yang lihat.</i></p>
<p>Narasumber 7 Karyawan Event Organiser</p>	<p><i>Terus terang sangat berantakan dan tidak teratur banget. Ibarat kata gak ada estetika nya, gak teratur dan gak menarik juga minim</i></p>

	<p><i>informative nya disetiap postingan. Perlu membenahan yang bisa dibilang menyeluruh dengan konsep yang lebih tertata. Kalau instagram Toko Daging RPH seperti itu terus gak akan berkembang. Untuk yang baru jelas konsep instagram nya jadi jauh lebih baik dan bisa mengundang konsumen daripada yang lama. Lebih menarik, estetika nya ada dan juga kerapian nya oke. Sudah bagus tapi masih bisa dimaksimalkan.</i></p>
<p>Dari segala proses optimalisasi yang sudah dilakukan oleh tim Toko Daging RPH untuk sosial media marketing toko, apa yang dapat dilihat kelebihan maupun kekurangan yang telah dilakukan tim Toko?</p>	
<p>Narasumber 7 Karyawan Event Organiser</p>	<p><i>Kalau secara menyeluruh yang saya lihat, kelebihan nya yang jelas bakal lebih menarik perhatian dari pelanggan dan followers, pasti followers bertambah angka nya cukup signifikan kan, apalagi udah pakai insta ads buat iklan sama paid promote di akun besar lumayan banget itu. Kalau kekurangan nya gak banyak tapi bisa saya kasih satu poin besar aja, karena baru mulai diniati promosi memakai instagram jadi saya lihat dan nilai masih basic banget, bukan gak bagus tapi masih bisa berkembang lebih baik dan inovatif lagi, apalagi kalau mau bergantung dengan promosi instagram.</i></p>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Dalam hasil wawancara dengan Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga, beliau mengungkapkan bahwa sebelum optimalisasi terlihat biasa saja kurang menarik karena seadanya saja, jadi beliau hanya melihat instagram Toko Daging RPH hanya untuk mengetahui informasi mengenai promo dan potongan harga. Untuk setelah optimalisasi promosi instagram, narasumber 4 menilai instagram toko menjadi lebih bagus dan rapi, yang jelas menjadi lebih menarik perhatian saat konsumen membuka akun profil Toko Daging tegas nya. Dapat diketahui dari jawaban beliau, beliau menyatakan suka dengan bentuk profil baru Toko Daging RPH.

Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik juga mengungkapkan bahwa sebelum di optimalisasi, instagram dari Toko Daging RPH sangat lah kurang dan tidak menarik walau pun beliau memang jarang instagram Toko Daging kalau tidak ada promo. Tapi setelah narasumber 5 melihat optimalisasi dari instagram Toko Daging RPH untuk promosi, beliau sekarang menilai menjadi lebih baik dan juga menarik secara menyeluruh profil nya dan bahkan beliau senang dengan ada nya semacam company profile dari Toko Daging RPH. Bisa dilihat dari postingan video profil Toko Daging RPH yang di sukai/like oleh beliau.

Narasumber 6 Follower&Karyawan Perusahaan menyatakan bahwa Instagram dari Toko Daging RPH sangat berubah dari sebelum dan sesudah optimalisasi nya karena beliau melihat nya sendiri secara langsung perubahan nya. Dari segi konten, editan nya beda banget ucap nyai. Narasumber 6 juga mengatakan bahwa profil Toko Daging RPH menjadi lebih lebih teratur dan membuat promosi promosi yang dilakukan Toko Daging RPH menjadi lebih menarik untuk dilihat konsumen lama maupun calon konsumen baru yang sedang membuka Instagram Toko Daging RPH. Jawaban dari narasumber 6 ini menjadi

lebih mantap karena saat sedang diwawancarai beliau sendiri langsung sambil membuka Instagram Toko Daging RPH.

Narasumber 7 Karyawan Event Organiser juga mengungkapkan bahwa untuk Instagram Toko Daging RPH sebelum di optimalisasikan sangat berantakan dan tidak teratur. Dia langsung mengvonis bahwa Instagram Toko Daging RPH sebelum di optimalisasi tidak ada estetika nya, tidak teratur juga tidak menarik dan minim informasi dalam setiap postingannya. menjelaskan bahwa jika terus seperti cara mempromosikan Toko Daging RPH tidak akan berkembang. Tetapi setelah melihat perubahan dari Instagram Toko Daging RPH setelah optimalisasi, beliau mengatakan konsep nya menjadi jauh lebih baik dan bisa mengundang konsumen daripada konsep lama. Narasumber 7 juga menilai Instagram Toko Daging RPH yang sudah di optimalisasi lebih menarik, lebih berestetik dan jadi jauh lebih rapi. Sehingga masih bisa dimaksimalkan lagi ucapnya.

Narasumber 7 Karyawan Event Organiser juga mengatakan kalau ada kelebihan dan kekurangan dari optimalisasi yang dilakukan Toko Daging RPH pada Instagram nya untuk promosi sosial media marketing nya, Ia langsung mengatakan bahwa pasti lebih menarik pelanggan dan followers baru sehingga pasti angka nya bertambah secara signifikan dan itu dia katakan langsung karena mengetahui bahwa Toko Daging RPH sudah memakai Insta Ads dan Paid Promote untuk promosi. Untuk kekurangan nya sendiri beliau mengatakan hanya ada satu yaitu masih basic, bukan berarti tidak bagus tetapi harus bisa dikembangkan dan di inovasikan kalau memang benar ingin bergantung sosial media marketing Instagram.

Sebelum

Sesudah

- Tidak teratur & berantakan
- Pemilihan warna acak
- Mengunggah konten seadanya

- Lebih Rapi
- Estetika pewarnaan terjaga
- Lebih menarik follower IG
- Konten menarik follower



Gambar 4.2 Perbandingan Isi Konten Foto Video Instagram Toko Daging RPH Sebelum & Sesudah Optimalisasi Sosial Media Marketing

Sumber: Sumber: <https://www.instagram.com/tokodagingRPH/?hl=id>

2. Communication/Komunikasi

Communication/Komunikasi merupakan bagaimana kita bisa bercerita maupun berpesan sebaik kita merespon, menyimak serta tumbuh dengan berbagai cara yang bisa membuat orang lain merasa senang serta pesan bisa tersampaikan.

Tabel 4.3 Wawancara Communication/Komunikasi

Profil

<p>Bagaimana pandangan saudara mengenai tampilan profil instagram Toko Daging RPH sebelum dan sesudah optimalisasi dapatkah menggambarkan dan memberi kesan menarik sehingga dapat mengkomunikasikan toko serta produk nya dengan baik?</p>	
<p>Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga</p>	<p><i>Buat tampilan sekarang jelas mengalami perubahan drastis dari pada sebelum optimalisasi dilakukan, lebih seger dan juga lebih bagus jadi menarik pelanggan buat belanja ke toko.</i></p>
<p>Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik</p>	<p><i>Karena terus terang saya jarang liat profil dari instagram Toko Daging jadi gak terlalu tau, tapi setelah saya bandingkan versi lama dan versi baru soalnya dua dua nya tercantum jelas beda, lebih bagus yang tampilan baru, lebih menggambarkan Toko Daging dibanding yang lama jadi lebih menarik.</i></p>
<p>Narasumber 6 Follower & Karyawan Perusahaan</p>	<p><i>Profil instagram nya sekarang menjadi lebih enak dilihat jadi pasti banyak orang yang merasa eye catching dan tertarik buat kepo kalau dulu jujur yang saya lihat sekedar nya yang penting ada instagram jadi orang malas tidak tertarik dengan instagram Toko Daging.</i></p>
<p>Sebagai admin akun instagram pihak luar, apakah Instagram toko setelah di optimalisasi dari segi pemilihan warna, posisi penempatan dan profil akun Toko Daging RPH sudah baik dan benar sehingga dapat menarik serta mengkomunikasikan Toko Daging RPH kepada calon pembeli baru?</p>	

Narasumber 7 Karyawan Event Organiser	<i>Kalau sepenilaian saya sudah dapat menyampaikan citra toko dan menggait calon pembeli baru dari poin warna, penempatan sama akun secara menyeluruh tidak ada komen karena memang udah bagus dan cukup buat Toko Daging. Cuma masukan dari saya ada satu buat tim pengelola instagram Toko Daging buat belajar design pakai platform lain selain canva biar ga template banget design nya dan bisa lebih luas designing nya.</i>
---	--

Sumber: Hasil Data Wawancara

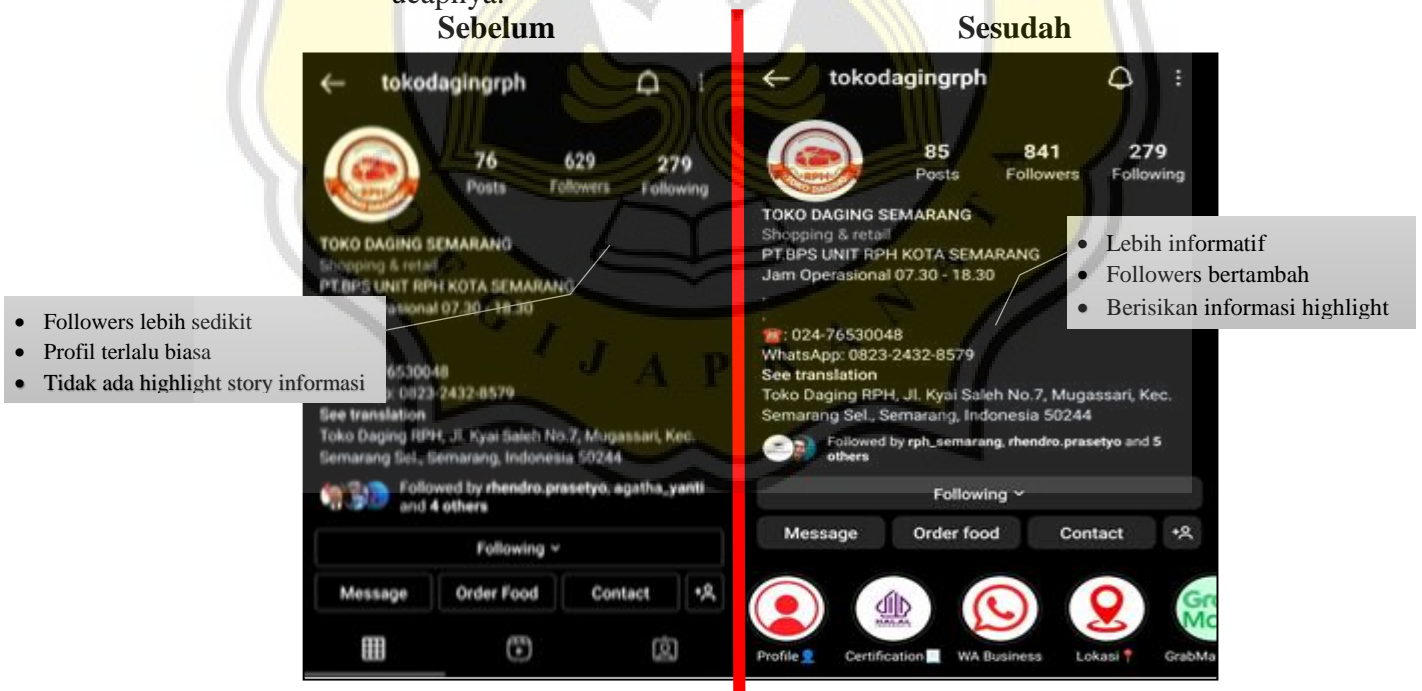
Dari hasil wawancara yang telah dilakukan Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga mengungkapkan bahwa tampilan dari profil Instagram Toko Daging RPH jelas mengalami perubahan drastis. Beliau merasa tampilan baru setelah optimalisasi terasa lebih fresh dan juga lebih bagus sehingga dapat tersampaikan maksud promosi Toko Daging RPH sehingga lebih menarik pelanggan untuk belanja ke toko karena penasaran.

Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik juga mengungkapkan bahwa ia terus terang arang melihat profil Instagram Toko Daging RPH, tetapi setelah beliau sudah membandingkan versi lama dan versi baru nya Instagram Toko Daging RPH, jelas sangat berbeda ucap nya. Beliau mengatakan bahwa Instagram yang setelah dioptimalisasikan lebih bagus dan menggambarkan sebuah toko daging dibandingkan yang lama.

Narasumber 6 Follower & Karyawan Perusahaan mengungkapkan bahwa ia merasa profil Instagram yang terbaru menjadi lebih enak dilihat jadi pasti lebih memikat mata orang dan merasa tertarik dan penasaran dibandingkan sebelum dioptimalisasikan. Beliau bahkan sampai berkata bahwa jika yang sebelum dipotimalisasikan dulu terasa sekedar yang penting toko

memiliki Instagram dan ia meyakini orang akan malas dan tidak tertarik dengan melihat Instagram dari toko karena belum tau bagaimana Toko Daging RPH yang sebenarnya

Sebagai pengamat dari pihak luar tanpa pernah tau Toko Daging RPH maupun Instagram nya, Narasumber 7 Karyawan Event Organiser mengungkapkan mengungkapkan bahwa Instagram Toko Daging RPH sudah dapat menggambarkan citra sebuah toko daging dan dapat memikat calon pembeli baru yang melihat profil Instagram Toko Daging RPH. Untuk dari segi poin pemilihan warna, penempatan dan akun profil, beliau mengatakan sudah bagus dan cukup untuk sebuah toko daging, akan tetapi ia juga memberi masukan untuk tim pengelola Instagram untuk lebih mendalami platform design untuk konten Instagram toko, jangan hanya memakai Canva saja masih banyak dan luas untuk dunia design ucapnya.



Gambar 4.3 Perbandingan Profil Instagram Toko Daging RPH Sebelum & Sesudah Optimalisasi Sosial Media Marketing

Sumber: <https://www.instagram.com/tokodagingRPH/?hl=id>

3. Collaboration/Kolaborasi

Collaboration/Kolaborasi merupakan bagaimana kita bisa bekerja sama untuk membuat segala faktor menjadi baik. Dengan kerjasama antara sebuah akun usaha dengan pengguna lain nya di media sosial agar bisa menjadi baik, lebih efektif serta efisien.

Tabel 4.4. Wawancara Collaboration/Kolaborasi Mitra Media Promosi

Dari segala cara promosi yang ada, mana mitra media promosi yang paling efektif dipakai untuk berpromosi dengan instagram?	
Narasumber 3 Tenaga Tambah Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Penggunaan promosi instagram yang paling mantap menurut saya paid promote dengan akun besar yang sudah ternama karena itu yang paling memberikan dampak besar saat promosi dilakukan, followers meningkat pesat, banyak dm masuk menanyakan berbagai macam hal sehingga itu yang paling efektif ketimbang penggunaan instagram ads karena algoritma interaksi sangat sedikit dan juga biaya nya cukup mahal.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Kalau dari data algoritma yang sudah ada, paling bagus itu promosi lewat paid promote karena traffic nya tinggi jadi instagram pun jadi lebih ramai, followers bertambah dan banyak pertanyaan lewat dm masuk.</i>
Jika saudara diposisikan sebagai calon pelanggan dan melihat promosi Toko Daging RPH dari Insta Ads dan Paidpromote yang sudah ditunjukkan serta dilakukan tim toko, apakah saudara akan tertarik dengan promosi nya dan membeli promo?	
Narasumber 7 Karyawan Event Organiser	<i>Jelas saya pasti tertarik dan melihat promo nya karena memang mengunggah selera promosi dari harga nya, tapi karena memang bukan pengkonsumsi aktif daging sapi jadi saya bakal tetep mikir soalnya harus</i>

	<i>mengatur keuangan biar gak boros hehe. Apalagi jika tadi kita liat harga menggiurkan untuk dibeli pasti kebeli deh.</i>
--	--

Sumber: Hasil Data Wawancara

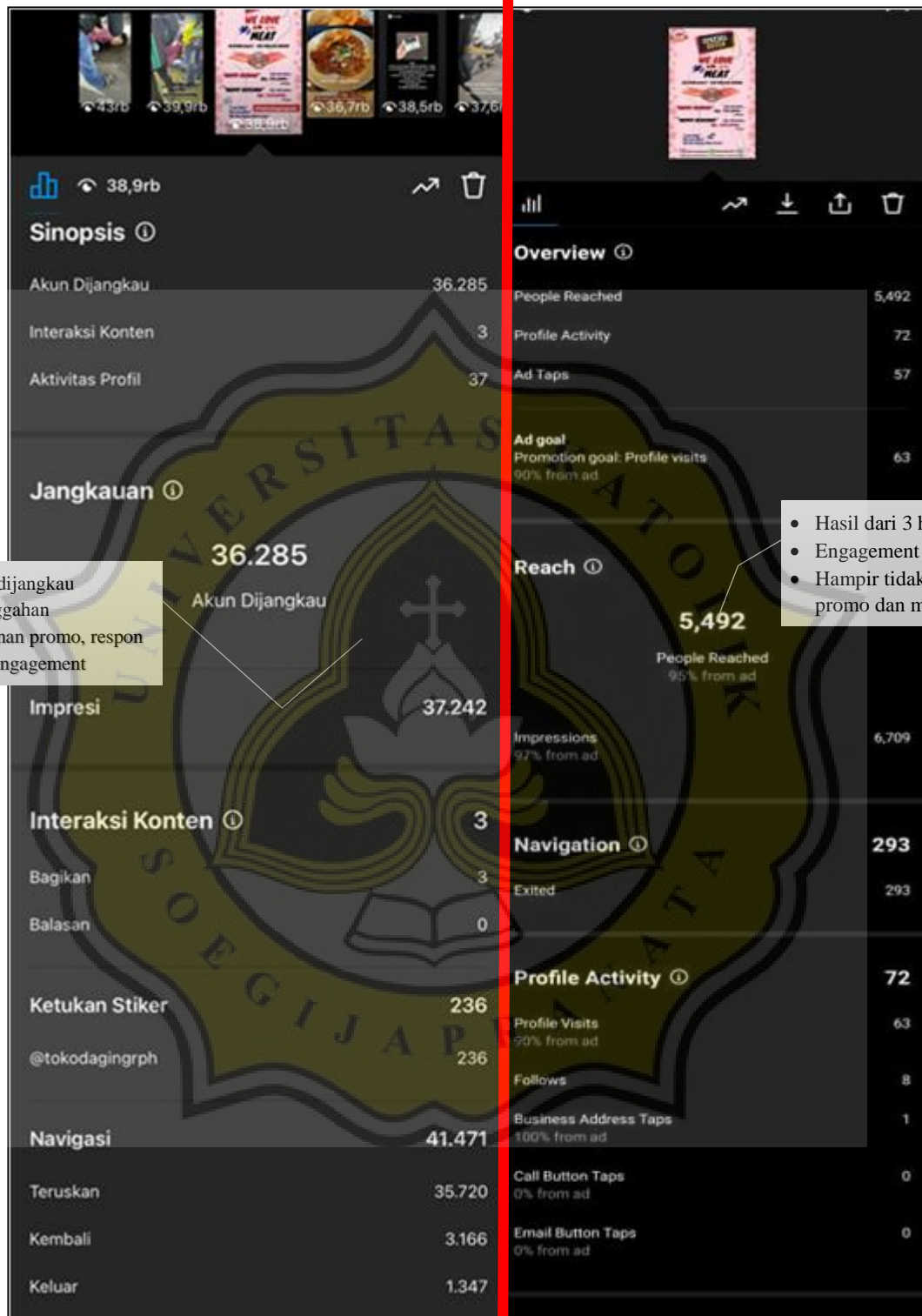
Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, Narasumber 3 Tenaga Tambahan Sosial Media Toko Daging RPH mengungkapkan bahwa cara promosi yang sudah dilakukan oleh Toko Daging RPH, mitra media sosial yang paling efektif untuk promosi adalah Paid Promote dengan akun yang sudah memiliki banyak followers dikarenakan Paid Promote yang memberikan dampak paling besar saat melakukan promosi sosial media marketing. Banyaknya DM yang masuk bertanya serta bertambahnya followers yang cukup signifikan membuat dia meyakini bahwa Paid Promote adalah yang paling efektif saat optimalisasi sosial media marketing dilakukan Toko Daging RPH. Jika dibandingkan dengan Insta Ads, narasumber 3 mengatakan dengan biaya yang sama, cakupan Insta Ads tidak sebesar dan seluas Paid Promote dengan akun besar.

Begitu juga dengan Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH mengatakan bahwa jika dilihat pada algoritma dari Instagram yang sudah ada, menggunakan Paid Promote paling bagus karena traffic algoritma Instagram nya tinggi sehingga Instagram dari Toko Daging RPH menjadi lebih ramai, followers bertambah dan DM menjadi banyak pertanyaan dari calon pelanggan baru.

Lalu ketika Narasumber 7 Karyawan Event Organiser ditanyakan jika ia diposisikan sebagai calon pelanggan yang melihat promosi dari Paid Promote dan Insta Ads yang dilakukan oleh Instagram Toko Daging RPH, Ia mengatakan bahwa dia jelas tertarik setelah melihat promosi yang dilakukan toko dengan menggunakan Insta Ads dan Paid Promote dikarenakan memang menarik dan menggugah selera ingin makan daging dilihat harganya. Tetapi dikarenakan beliau bukan pengkonsumsi daging yang aktif, jadi dia tetap memiliki pertimbangan untuk mengkonsumsi daging agar tidak boros karena beliau adalah seorang perantau.

Paid Promote

InstaAds



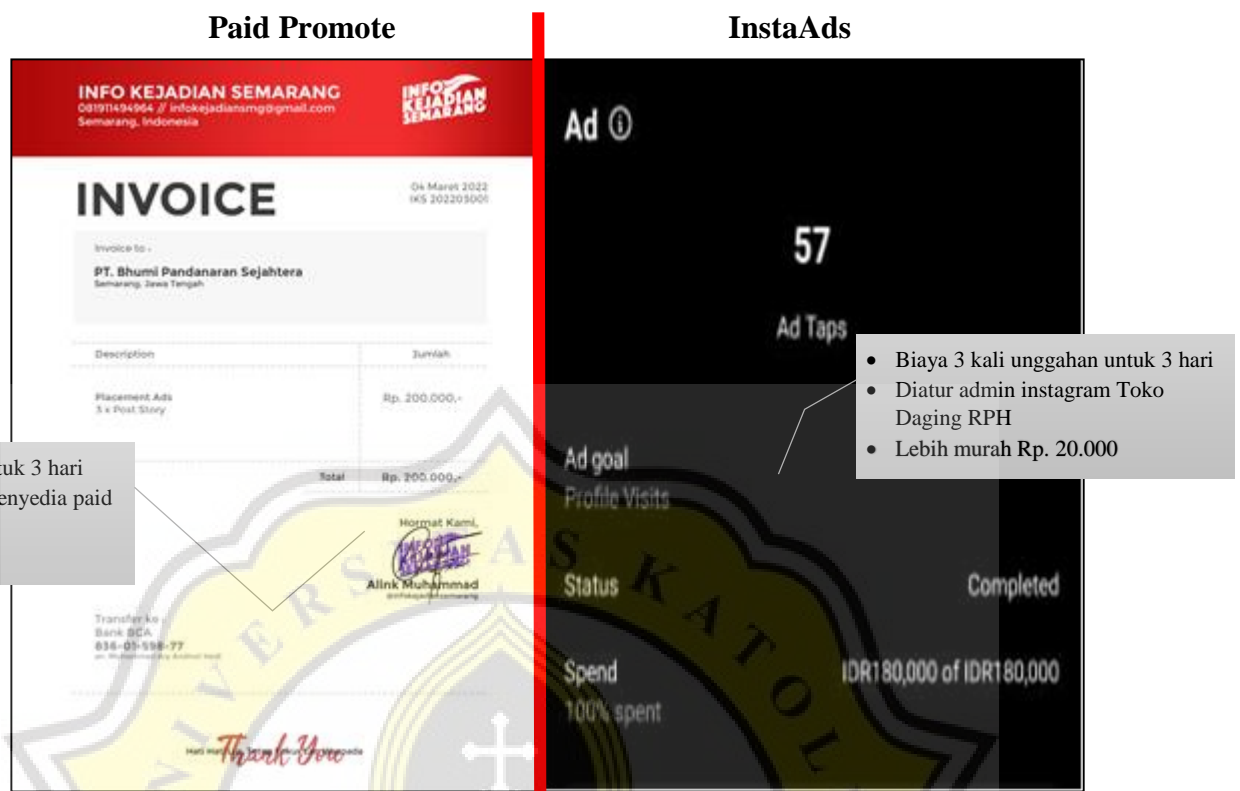
- Lebih banyak akun dijangkau
- Hasil dari 1 hari unggahan
- Banyak terjadi pesanan promo, respon terhadap iklan dan engagement

- Hasil dari 3 hari unggahan
- Engagement sedikit
- Hampir tidak ada pesanan promo dan minim respon iklan

Gambar 4.4 Perbandingan Algoritma Optimalisasi Promosi Instagram Toko Daging

RPH Paid Promote & Insta Ads dalam Sehari

Sumber: Sumber: <https://www.instagram.com/tokodagingRPH/?hl=id>



Gambar 4.5 Perbandingan Biaya Promosi Instagram Toko Daging RPH Paid Promote & Insta Ads

Sumber: <https://www.instagram.com/tokodagingRPH/?hl=id>

4. Connection/Koneksi

Connection/Koneksi merupakan bagaimana agar dapat membina hubungan dengan baik dan harmonis. Bisa dilakukan dengan sesuatu yang bersifat berkelanjutan sehingga membuat pelanggan merasa lebih akrab lagi dengan perusahaan.

Tabel 4.5 Wawancara Connection/Koneksi

Admin/Pengelola Instagram

Sebagai follower instagram Toko Daging RPH, apakah admin pengelola instagram komunikatif, informatif dan responsif dalam menyampaikan promosi, menjawab pertanyaan dengan jelas kepada saudara?

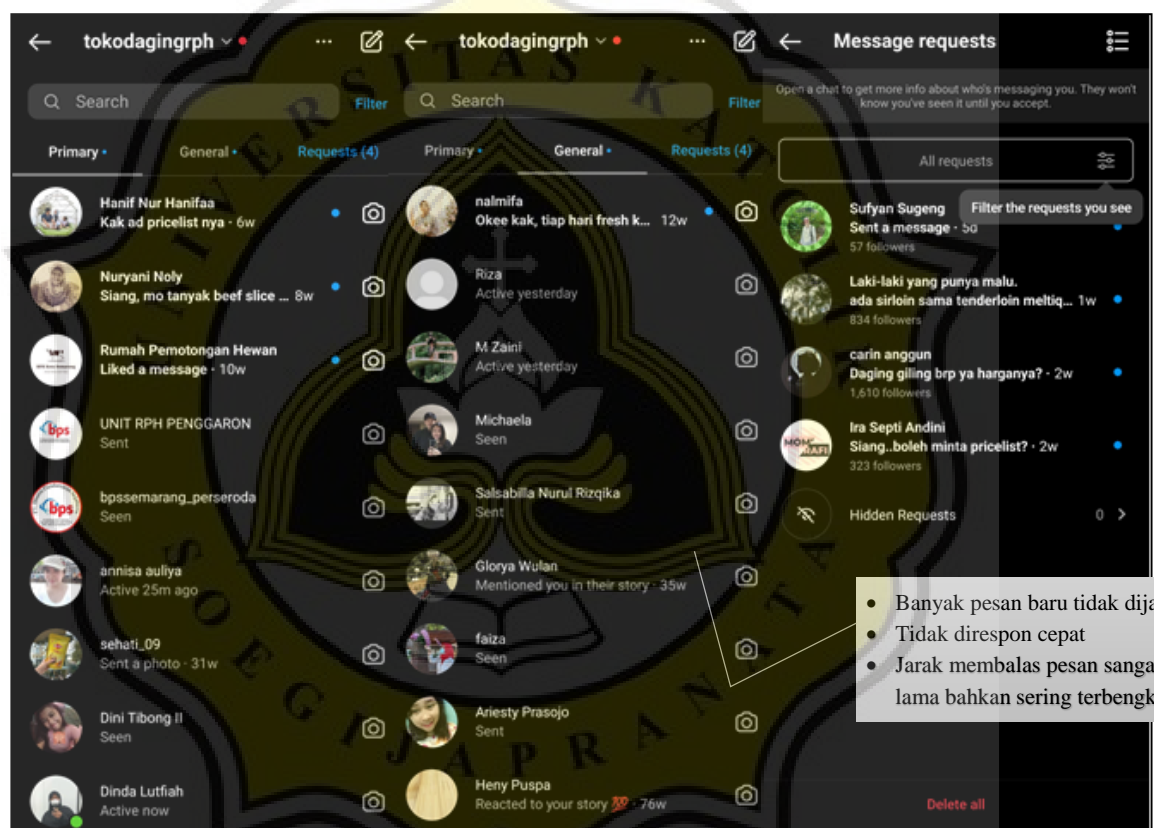
Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga	<i>Secara keseluruhan instagram udah informatif secara promosi yang dishare, tapi admin instagram menurut saya masih kurang responsif sama komunikatif dalam menjawab pertanyaan pertanyaan saat di message.</i>
Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik	<i>Saya tidak pernah ngontak toko lewat instagram jadi kurang bisa menjawab responsif dan komunikatif soalnya saya ngontak biasa nya lewat wa bisnis nya, secara responsif nya cepat juga komunikatif. Kalo yang bisa nilai instagram nya secara informatif karena toko kan harus bisa ngasih tau informasi ataupun promosi ke publik.</i>
Narasumber 6 Follower & Karyawan Perusahaan	<i>Belum komunikatif dan responsif kalau di chat buat nanya stok ataupun pricelist kalau di instagram, kalau di wa bisnis nya masih bisa order dan jadinya respon nya cukup cepat, tapi sudah cukup informatif sekarang dengan ada nya tambahan informasi yang dicantumkan di profil instagram nya.</i>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah di lakukan, Narasumber 4 Follower & Ibu Rumah Tangga sebagai followers Instagram Toko Daging RPH mengatakan bahwa Instagram Toko Daging RPH sudah informatif secara promosi nya, akan tetapi masih kurang responsif dan komunikatif dalam menjawab pertanyaan lewat direct message.

Narasumber 5 Follower & Karyawan Perusahaan Elektronik mengungkapkan bahwa beliau tidak pernah mengontak Toko Daging RPH ia Instagram jadi ia merasa tidak bisa menjawab responsif dan komunikatif diakarenakan beliau menghubungi toko lewat Whatsapp. Akan tetapi untuk informatif dirasa sudah cukup dan jauh lebih baik untuk promosi dibanding sebelum optimalisasi sosial media marketing.

Sama seperti narasumber 4, Narasumber 6 Follower & Karyawan Perusahaan mengatakan juga bahwa toko masih kurang komunikatif dan responsif kalau ditanyai mengenai stok ataupun pricelist jika lewat Direct Message Instagram. Cuma Whatsapp yang dirasa oleh beliau yang cukup responsif dan komunikatif. Secara informatif, bu Yuni merasa bahwa promosi yang dilakukan sudah cukup baik dengan adanya tambahan lampiran informasi yang dibagikan pada profil Instagram.



Gambar 4.6 Isi Direct Message (DM) Instagram Toko Daging RPH per 20 Oktober 2022

Sumber: <https://www.instagram.com/tokodagingRPH/?hl=id>

4.3 Tanggapan Narasumber Mengenai Perkembangan Penjualan

Perkembangan penjualan dari ketujuh narasumber penelitian diukur melalui 4 (empat) indikator yaitu Kondisi Pasar, Kondisi dan Kemampuan Penjual, Modal dan Penghasilan dan Kondisi Organisasi Perusahaan. Berikut ini ini adalah Perkembangan penjualan dari narasumber.

1. Kondisi Pasar

Kondisi Pasar merupakan dimana terjadi transaksi jual beli yang dikatakan juga sebagai tempat transaksi pihak penjual dengan pihak pembeli, sebagai fokus dari tempat penjual untuk menawarkan produknya kepada pembeli

Tabel 4.6 Wawancara Kondisi Pasar

Barang/Produk

Apakah pilihan produk daging di Toko Daging RPH sudah lengkap dan selalu ada menurut saudara?	
Narasumber 4 Follower&Ibu Rumah Tangga	<i>Pilihan nya cukup banyak dan bisa dibilang lengkap, walaupun kadang kadang kehabisan dan harus pesan supaya bisa disiapkan hari besok nya.</i>
Narasumber 5 Follower&Karyawan Perusahaan Elektronik	<i>Cukup lengkap walaupun memang tidak semua selalu ada jadi harus pesan dulu kalau kosong untuk besok nya.</i>
Narasumber 6 Follower&Karyawan Perusahaan	<i>Sudah lengkap menurut saya, ada produk olahan asli dari RPH nya juga seperti sosis dan bakso.</i>

Harga Barang/Produk & Kelengkapan Barang/Produk

Dari segi harga, apakah Toko Daging RPH memberikan harga yang menarik dan stabil dalam memberikan harga?	
Narasumber 4 Follower&Ibu Rumah Tangga	<i>Secara harga toko daging rph memberi harga yang sesuai sama kualitas daging nya jadi bisa di bilang sepadan dan buat harga stabilitas nya cukup baik karena naik turun harga daging itu biasa dan gak sering terjadi.</i>
Narasumber 5 Follower&Karyawan Perusahaan Elektronik	<i>Untuk kestabilan harga stabil stabil aja ya, harga nya sendiri bersaing sama toko daging lain nya apalagi toko daging RPH sering kali ada potongan promo lumayan.</i>

Narasumber 6 Follower&Karyawan Perusahaan	<i>Kalau harga cukup oke lah, bersaing sama pasaran dan toko daging konsisten dalam ngasih harga gak sering naik turun harga.</i>
Produk jenis daging apa yang paling sering atau menjadi favorit saudara ketika anda berbelanja di Toko Daging RPH?	
Narasumber 4 Follower&Ibu Rumah Tangga	<i>Daging slice dan kisi kadang has luar tergantung mau masak apa.</i>
Narasumber 5 Follower&Karyawan PerusahaanElektronik	<i>Slice daging yang tipis tipis karena gampang masak nya.</i>
Narasumber6 Follower&Karyawan Perusahaan	<i>Saya biasa sering beli daging slice, bakso sosis dan kadang kisi kalau mau ngesop.</i>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah di lakukan dengan 3 (tiga) narasumber pelanggan sekaligus followers Instagram Toko Daging RPH merasa barang produk di Toko Daging RPH sudah cukup lengkap dan pilihan banyak, tetapi kebanyakan masih memiliki keluhan kadang kala produk yang ingin mereka beli sudah kehabisan stok sehingga harus pesan terlebih dahulu untuk keesokan hari nya dan juga produk favorit para narasumber ini hamper semua termasuk 5 (lima) jenis daging terlaris di Toko Daging RPH(Slice Fatty, Slice Less Fat, Sirloin, Tenderloin, Kisi).

2. Kondisi dan Kemampuan Penjual

Kondisi dan Kemampuan Penjual merupakan kondisi dari transaksi jual beli melibatkan dua pihak, yaitu pihak penjual dan pihak pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah dapat meyakinkan pembelinya untuk melakukan pembelian, dengan demikian penjual dapat berhasil mencapai sasaran penjualan.

Tabel 4.7 Wawancara Kondisi dan Kemampuan Penjual

Promosi

Apa yang mendorong saudara memutuskan menggunakan instagram sebagai media promosi saat ini?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Sejujurnya pada saat pembukaan toko daging sendiri membuat instagram hanyalah formalitas supaya orang bisa tau dan membuka akun instagram toko daging, tetapi karena melihat penjualan toko daging masih belum bagus di tahun pertama, maka saya memutuskan untuk memakai sarana instagram sebagai media promosi toko daging karena jika saya lihat instagram banyak dimanfaatkan untuk promosi banyak usaha bisnis juga toko daging harus bisa menyesuaikan perkembangan zaman.</i>
Mengapa instagram saudara nilai lebih memiliki dampak yang signifikan daripada media lain yang ada?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Saya menilai instagram lebih memiliki pengguna nya yang sudah ratusan juta hingga mungkin milyaran juga sejak awal toko daging sudah memiliki instagram dari awal berdiri jadi lebih baik kita manfaatkan untuk promosi.</i>
Menurut pandangan saudara apa instagram itu efektif sebagai media promosi?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Setelah pengoptimalisasi promosi menggunakan instagram saya menilai memang instagram memang efektif untuk meningkatkan nama dan penjualan toko daging ke khalayak umum sehingga harus diteruskan.</i>
Bagaimana proses pemilihan konten, evaluasi, pemantauan dan update dari promosi Instagram Toko Daging RPH?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Saya terlibat pada saat semua sudah di bentuk untuk promosi di publikasi di instagram dan akan diajukan kepada saya apakah akan dilakukan promosi itu. Buat</i>

	<i>evaluasi nya akan dilakukan saat rapat besar bulanan dan akan dievaluasi apakah promosi berhasil atau tidak. Untuk pemantauan dilakukan oleh manager PT BPS dan update dilakukan oleh tim dari toko daging.</i>
Narasumber 3 Tenaga Tambahhan Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Untuk semua proses itu harus diruntut secara struktural memang, segala keputusan akan selalu dipertimbangkan semua pemegang jabatan di PT. BPS, jadi dari tim toko daging kita kalau sudah membentuk segala yang di perlukan untuk promosi tinggal minta acc atasan, nanti juga akan dikontrol langsung dan diamati oleh manager PT. BPS dan terus diupdate berkala oleh tim toko daging. Pada akhir nanti akan diadakan rapat evaluasi besar bulanan sekalian membahas dari promosi toko daging.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Buat pemilihan konten sendiri harus melalui banyak proses persetujuan sampai dengan pakdir, lalu evaluasinya sendiri biasa dilakukan saat rapat besar evaluasi dengan pusat membahas yang sekiranya perlu dibahas. Pemantauannya sendiri dipantau oleh manager PT. BPS lalu update dilakukan oleh tim dari toko daging.</i>
Kapan kegiatan promosi instagram akan dilakukan oleh Toko Daging RPH?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandananan Sejahtera	<i>Kegiatan promosi instagram biasa akan dilakukan saat sudah memutuskan peak point kapan penjualan bagus dan toko ramai sehingga dapat menjadi pendongkrak penjualan dengan adanya promosi yang menarik contoh promosi biasa akan dilakukan saat hari besar atau ada event tertentu seperti valentine atau idul fitri sehingga pelanggan bisa tertarik dengan adanya promosi.</i>
Narasumber 3 Tenaga Tambahan	<i>Sesuai arahan dari atasan aja kalau saya, mereka punya timetable promosi yang bakal dipakai dalam setahun dan</i>

Sosial Media Toko Daging RPH	<i>bagian atasan yang bakal tentuin dengan sesuai kebijakan kapan bakalan diterapkan promosi nya.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Kantor pusat punya timeline promosi dimana nanti tim toko daging akan diperintah untuk buat promosi bulan bulan tertentu misal natal, idul fitri, dll.</i>
Apa saja tahapan-tahapan yang dilakukan untuk kegiatan promosi di instagram?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Untuk tahapan yang dilakukan untuk promosi memakai instagram harus dimulai melalui pengajuan dari penanggung jawab toko daging si supervisor yang nanti nya akan dibahas segala teknis nya dari promosi apa, berapa biaya nya dan bagaimana bentuk wujud dari gambar atau video yang akan di unggah di instagram yang nanti nya finalisasi nya akan sampai kepada saya.</i>
Narasumber 3 Tenaga Tambah Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Untuk tahapan yang dilakukan untuk promosi instagram toko harus melewati pengajuan dari penanggung jawab toko daging yakni supervisor yang nanti nya akan dibahas segala teknis nya dari promosi apa, berapa biaya nya dan bagaimana bentuk wujud dari gambar maupun video yang akan di unggah di instagram dan jika oke baru akan dibawa keatasan samapai ke direktur PT. BPS karena segala pengeluaran dana harus sampai ke beliau.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Jadi biasanya kita harus berunding dan mengajukan ke kepala unit rph buat promosi apa yang bisa dilakukan lalu setelah oke dibuat lah design nya dan kemudian diajukan ke kantor pusat (BPS) dan akan di rembuk lagi yang kemudia jika pakdir acc baru bisa kita sebarakan promosi nya entah lewat instagram, wa bisnis dan secara fisik (flyer, spanduk, dll.)</i>

<p>Bagaimana menurut saudara apa strategi dari segi promosi instagram yang sebelumnya sudah pernah dilakukan Toko Daging RPH sudah efektif untuk meningkatkan penjualan?</p>	
<p>Narasumber 3 Tenaga Tambahan Sosial Media Toko Daging RPH</p>	<p><i>Sebenarnya sudah bagus toko daging rph melakukan promosi menggunakan instagram dan tidak hanya memakai marketing konvensional lama, akan tetapi promosi instagram toko daging masih sangat belum maksimal sebelum dipotimalisasikan sehingga potensinya tidak terlihat dan terkesan tidak memberi dampak apa apa pada penjualan karena toko daging dan PT. BPS terlalu terfokus akan promosi penjualan konvensional ke perusahaan dan end user.</i></p>
<p>Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH</p>	<p><i>Kalau untuk yang sebelumnya optimalisasi promosi instagram itu gak efektif buat meningkatkan penjualan karena memang ranahnya bukan dibuat produk lebih laku, lebih ke informasi kepada pelanggan yang sudah memfollow toko daging rph agar tau ada potongan harga maupun promosi yang memberi benefit jadi kurang untuk meningkatkan karena tidak difokuskan mencari pelanggan baru.</i></p>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan ke 3 (tiga) narasumber tim Toko Daging RPH dapat diketahui bahwa yang membuat PT. BPS dan Toko Daging RPH melakukan optimalisasi sosial media marketing adalah adanya potensi yang menjanjikan terlihat untuk meningkatkan penjualan lewat penggunaan Instagram sebagai media promosi karena pada saat penggunaannya di tahun 2021 memberikan dampak kenaikan penjualan yang berpotensi jika penggunaan Instagram di maksimalkan. Instagram juga dirasa media sosial yang paling dampak signifikan dibanding media sosial lainnya karena penggunaannya yang sudah mencapai angka

milyaran dan juga toko sudah memiliki akun Instagram sejak awal pembukaan. Proses tahapan untuk melakukan promosi Instagram Toko Daging RPH pun juga tidak lah singkat proses dan runtutan nya, dari penentuan waktu untuk melakukan promosi dalam waktu setahun untuk memaksimalkan peningkatan keuntungan penjualan oleh pihak petinggi PT BPS, kepala unit RPH hingga supervisor Toko Daging RPH dari pemilihan hari raya maupun *event* seperti tahun baru, natal, idul fitri, dll. Bahkan untuk menentukan Jenis promosi seperti; diskon, potongan harga, dll dan Design konten; konten foto, video, dll membutuhkan persetujuan *acc* dari pihak atasan PT. BPS hingga penanggung jawab toko. Untuk strategi penggunaan Instagram sebagai sosial media marketing sebelum optimalisasi pun sebetulnya sudah dinilai sudah baik dan betul akan tetapi karena PT. BPS dan RPH terlalu fokus menggunakan metode promosi konvensional dan penjualan partai besar untuk reseller maupun hotel/rumah sakit dan sedikit nya SDM untuk dalam Toko Daging RPH untuk mengahandle promosi Toko Daging RPH, jadi promosi sosial media Instagram nya terbengkalai dan tidak terurus dengan baik.

3. Modal dan Penghasilan

Modal dan Penghasilan adalah ada nya awal pembeli belum mengenal produk yang akan ditawarkan oleh penjual, oleh karena itu penjual harus melakukan usaha/effort untuk memperkenalkan produknya yang nanti nya akan terjadi bisnis transaksi jual beli sehingga yang nantinya penjual akan menghasilkan penghasilan dari hasil jualan nya yang dapat menghasilkan keuntungan.

Tabel 4.8 Wawancara Modal dan Penghasilan

Kenaikan Volume Penjualan

Bagaimana tanggapan atau persepsi dari pemangku kepentingan serta stakeholder mengenai volume penjualan toko yang sudah di optimalisasi promosi Instagram?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandananan Sejahtera	<i>Kalau pemikiran serta tanggapan kami tentang hal tersebut instagram sangat lah berguna dan berdampak positif secara riil dan terbukti untuk meningkatkan penjualan toko sehingga kami pun memutuskan akan lebih memberi perhatian lebih dalam penggunaan instagram untuk promosi sehingga dapat memaksimalkan penjualan.</i>

Mencapai Target Penjualan

Bagaimana Persentase penjualan sebelum dan sesudah mengoptimalkan instagram sebagai media promosi?	
Narasumber 3 Tenaga Tambah Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Jika dari rapat dan obrolan yang saya sudah dengar dan ketahui dari supervisor saya, peningkatan penjualan toko daging meningkat cukup bagus dan beberapa memenuhi target bulanan saat promosi menggunakan instagram ads dan paid promote secara berkala.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Ini jelas meningkat, promosi yang cukup digencarkan memakai instagram memberi pengaruh yang cukup signifikan hingga mencapai target bulanan dalam hasil penjualan disaat gencar promosi instagram yang berbayar.</i>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Tabel 4.9 Data Penjualan Toko Daging RPH 2021&2022 Semester 1

		Penjualan Tahun 2021										
Bulan	Target/kg	Size fatty	Size less fat	Has luar/sirloin	Has Dalam/Tenderloin	Kisi/Sengkel						
		Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	
Semester 1 Maret	Januari	284	207	27	183	254	171	213	133	496	322	
	Februari	300	261	280	229	265	219	230	181	525	450	
	Maret	284	223	27	201	254	192	213	159	496	299	
	55%	April	284	198	27	176	254	152	213	149	496	308
	55%	Mei	325	304	285	257	283	236	240	202	535	475
	55%	Juni	284	180	27	151	254	180	213	154	496	338
TOTAL		1761	1353	533	1197	1556	1150	1322	978	3044	2192	
RATA RATA		293.50	225.50	255.50	199.50	261.00	191.67	220	163.0	507.3	365.3	
		Penjualan Tahun 2022										
Bulan	Target/kg	Size fatty	Size less fat	Has luar/sirloin	Has Dalam/Tenderloin	Kisi/Sengkel						
		Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	Penjualan/kg	Target/kg	
Semester 1 Maret	Januari	298	241	57	222	257	212	215	176	514	475	
	Februari	305	307	275	281	278	290	251	200	535	507	
	Maret	298	300	757	249	257	211	215	187	514	433	
	55%	April	298	243	57	202	257	199	215	163	514	409
	55%	Mei	338	358	300	316	298	278	247	218	547	539
	55%	Juni	298	219	57	191	257	202	215	177	514	492
TOTAL		1795	1659	1633	1485	1538	1332	1342	1121	3138	2805	
RATA RATA		299.17	278.00	267.17	244.17	264.67	232.00	224	186.8	523.0	467.5	

Sumber: Laporan Data Penjualan Toko Daging RPH Tahun 2021&2022 Semester 1

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber mengenai modal dan penghasilan, pihak Toko Daging RPH mengatakan bahwa terjadi kenaikan volume penjualan yang signifikan dan terbukti nyata meningkatkan penjualan dari toko sehingga para pemangku pementingan akan lebih memberi perhatian dalam pemakaian Instagram untuk promosi. Secara presentase pun terlihat ada nya peningkatan yang terlihat dan cukup berdampak karena melakukan sosial media marketing menggunakan paid promote dan instagram ads ucap narasumber 2 dan narasumber 3. Bisa dilihat dari perbandingan data penjualan tahun 2021 dan 2022 semester yang diberikan oleh Toko Daging RPH, terjadi peningkatan yang signifikan dalam penjualan 5 (lima) jenis produk favorit Toko Daging RPH dengan rata rata peningkatan 23% untuk slice fatty, 22% untuk slice less fat, 21% untuk has luar/sirloin 14%, untuk has dalam/tenderloin dan 27% untuk kisi/sengkel.

4. Kondisi Organisasi Perusahaan

Kondisi Organisasi Perusahaan adalah sebuah hakikat yang biasa perusahaan besar akan melakukan pembagian fungsi-fungsi tersendiri dalam operasional usaha yang dilakukan, dengan kata lain setiap bagian akan ditangani oleh pihak yang ahli dibidang penjualan.

Tabel 4.10 Wawancara Kondisi Organisasi Perusahaan

Manajemen Pengelolaan Instagram Toko

Bagaimana keputusan dari penerapan promosi melalui Instagram diambil?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Keputusan penggunaan instagram untuk promosi diambil karena untuk memperluas pasar dari toko daging juga untuk membantu mendongkrak penjualan dari toko karena hasil penjualan toko yang masih kurang maksimal hanya dengan menggunakan marketing promosi konvensional sehingga toko akhirnya kita putuskan memakai instagram.</i>
Mengapa para pemangku kepentingan di PT BPS dan Unit Usaha RPH memutuskan memilih untuk melakukan optimalisasi promosi Instagram?	
Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanaran Sejahtera	<i>Karena kami harus memikirkan cara bagaimana untuk meningkatkan penjualan dari toko daging yang masih kurang bagus dan akhirnya kami memutuskan untuk memanfaatkan instagram untuk promosi agar makin banyak yang mengetahui toko daging RPH.</i>
Menurut saudara apa yang harus dilakukan untuk lebih mengoptimalkan sosial media marketing agar penjualan dapat meningkat?	
Narasumber 7 Karyawan Event Organiser	<i>Cuma satu dari saya buat bisa lebih optimal, konsistensi. Melakukan promosi lewat instagram harus konsisten tidak boleh setengah setengah kalau enggak bakal redup lagi gak di notice warga instagram.</i>
Apa yang saudara sudah lakukan guna membenahi Instagram Toko Daging RPH serta promosi nya?	

Narasumber 1 Direktur PT. Bhumi Pandanan Sejahtera	<i>Yang saya lakukan biasanya sebelum diajukan secara lisan kepada saya itu melihat apakah design nya sudah menarik perhatian, jika belum saya bantu revisi juga yang mengusulkan saat saat promosi biasa nya saya dengan didiskusikan bersama manager dan kepala unit RPH agar efektif.</i>
Narasumber 3 Tenaga Tambah Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Lumayan banyak juga yang sudah diupayakan untuk mengoptimalkan promosi instagram, dari merapikan profil agar lebih bagus, lalu melakukan survey bagaimana promosi agar lebih menarik, memberi ide nama promosi untuk diajukan ke atasan, membuat konten yang diperlukan untuk promosi toko seperti; video lalu foto dan mengadminkan seaktif mungkin instagram toko daging.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Setelah keberadaan Ardy di toko daging, banyak yang sudah kami berdua lakukan untuk membuat perubahan di toko daging. Dari merapikan tampilan profil, lalu juga membuat design postingan meskipun aku cuma kasih masukan saat design dibuat ardy dan membahas promosi berbayar dengan teknik instagram ads juga paid promote.</i>
Apakah penggunaan fitur Instagram memberi dampak pada peningkatan penjualan/konsumen toko?	
Narasumber 3 Tenaga Tambah Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Ya, penggunaan fitur yang ada di instagram untuk promosi memberikan dampak yang bisa terlihat secara data penjualan dan algoritma interaksi instagram toko daging, tapi memang melakukan promosi menggunakan instagram harus jeli agar bisa mengurangi beban biaya promosi.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Kalau penggunaan dari fitur dari instagram sendiri jelas sangat berdampak buat mempermudah promosi jadi kita tahu ada peningkatan, ternyata algoritma dari promosi instagram bisa dilihat dan dihitung siapa saja yang mengklik dan tertarik.</i>

Apa kendala dalam melakukan promosi Instagram saat optimalisasi dilakukan?	
Narasumber 3 Tenaga Tambahkan Sosial Media Toko Daging RPH	<i>Untuk kendala dalam melakukan promosi instagram toko daging hanya ada 2 yang secara garis besar harus bisa dilalui dan diatasi oleh toko daging, pertama kurangnya pengetahuan dari tim akan membuat konten instagram sehingga mereka hanya seadanya saja untuk promosi sebelumnya sehingga saat optimalisasi kaget dan sulit mengikuti perkembangan untuk promosi instagram. Kedua kekurangannya SDM di toko daging sehingga segi promosi sering kali kewalahan karena sedikitnya orang yang handle sampai harus supervisor multitasking, kalau tidak ada saya optimalsisasi promosi instagram tidak akan jalan. Kurangnya fastrespon akan pelanggan yang bertanya melalui direct message dan kadang tidak terbalas sama sekali terkesan instagram tidak aktif dan tidak niat dikelola.</i>
Narasumber 2 Supervisor Toko Daging RPH & Dokter Hewan RPH	<i>Untuk kendalanya sendiri menurut saya saat ini belum ada, tapi pasti akan ada lagi saat masa magang Ardy selesai karena dia sangat memberi pengaruh untuk handle promosi toko daging. Dia bahkan bisa membantu membuat flyer dan spanduk dan itu cukup membantu tim. Jadi menurut saya kekurangannya itu kekurangan SDM di tim untuk melakukan penghandle an instagram karena jujur terus terang saya kewalahan karena kerjaan saya sudah banyak.</i>

Sumber: Hasil Data Wawancara

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber mengenai manajemen pengelolaan Instagram toko, para pemangku kepentingan di PT. BPS memutuskan melakukan penerapan sosial media marketing Instagram untuk membantu meningkatkan penjualan karena toko terlalu mengandalkan marketing konvensional serta memperluas pasar agar makin banyak yang mengenai dan mengetahui

Toko Daging RPH lewat sosial media. Banyak hal juga yang sudah dibenahi direktur PT BPS serta tim untuk mengoptimalkan promosi Instagram agar lebih optimal seperti memantau hingga mengkawal dari segi design, biaya promosi, unggahan, profil, foto dan video yang dibahas dari tim promosi toko sampai di acc oleh pak direktur. Narasumber 2 pun mengatakan keberadaan narasumber 3 sebagai tenaga tambahan untuk mengelola Instagram sangat memberi perubahan untuk pengoptimalan promosi Instagram dari macam aspek, narasumber 2 hanya sering kali memberi masukan untuk design dan membahas teknis promosi instagram ads dan paid promote. Narasumber 3 mengatakan bahwa dia banyak melakukan upaya optimalisasi karena Instagram Toko Daging RPH dari melakukan perubahan profil, memikirkan ide promosi hingga konten yang akan dipakai untuk promosi. Tim promosi Toko Daging RPH juga mengatakan fitur promosi dalam Instagram karena kemudahan dan detail nya algoritma dari yang melihat, menyukai dan mengklik unggahan yang dipromosikan dengan berbayar. Untuk kendala dalam penerapan optimalisasi pun terjadi dan dialami tim promosi Toko Daging RPH seperti yang diungkapkan oleh narasumber 3 ada nya 2 garis besar yakni pertama kurang nya pengetahuan dari tim promosi toko akan pembuatan konten yang menyebabkan kesulitan mengimbangi kebutuhan saat optimalisasi promosi Instagram dilakukan dan kedua kurang nya SDM pada Toko Daging RPH yang berfokus kepada promosi sehingga promosi sering kali tidak terhandle yang bahkan sampai supervisor Toko Daging RPH harus turun tangan sebelumnya, hal ini dibenarkan dan dirasakan betul oleh narasumber 2 saat wawancara pertanyaan ini. Kurang nya respon cepat dalam menjawab pertanyaan calon konsumen baru maupun konsumen lama di direct message menjadi kendala yang perlu diperhatikan dan diperbaiki juga agar Instagram tidak terlihat tidak aktif jelas narasumber 3.

4.4. Diskusi

Berdasarkan pembahasan diatas dapat diketahui beberapa aspek dari sosial media marketing dan perkembangan penjualan dari ke 7 (tujuh) narasumber apakah optimalisasi sosial media marketing yang dilakukan Toko Daging RPH dapat memberikan hasil yang optimal.

Kualitas Instagram yang dimaksudkan sesuai dengan topik pembahasan penelitian adalah model pemasaran via internet untuk mencapai tujuan marketing dengan adanya partisipasi didalam jaringan media sosial terkini. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Instagram dari Toko Daging RPH memiliki context/konteks yang sudah baik dan menarik untuk menjadi pengaruh kualitas Instagram guna berpromosi yang memberikan dampak peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 4 (empat) narasumber yang dominan menilai konten yang di unggah pada instagram Toko Daging RPH menjadi lebih menarik, bagus, rapi dan terkonsep dibandingkan unggahan konten sebelum dioptimalisasi. Meskipun terlihat masih sangat basic tetapi Toko Daging RPH masih bisa lebih berkembang dan inovatif seiring berjalannya waktu. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Instagram dari Toko Daging RPH memiliki communication/komunikasi yang sudah baik dan dapat menyampaikan maksud pada pelanggan untuk menjadi pengaruh kualitas Instagram guna berpromosi yang memberikan dampak peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 4 (empat) narasumber yang dominan menilai tampilan dari profil setelah optimalisasi dapat toko serta produk lebih baik dan menarik dibanding sebelum optimalisasi dari segi pemilihan warna, penempatan posisi pada profil. Meskipun design dari Instagram Toko Daging RPH kebanyakan masih menggunakan design yang teremplate dari salah satu platform design sehingga Toko Daging RPH harus belajar untuk seni design secara lebih luas.

Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Instagram dari Toko Daging RPH memiliki collaboration/kolaborasi yang sudah tepat dan terbukti ampuh untuk menjadi pengaruh kualitas Instagram guna berpromosi yang memberikan dampak peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 3 (tiga) narasumber yang dominan menilai Toko Daging RPH telah melakukan promosi menggunakan sosial media marketing Instagram dengan mitra media promosi paid promote yang ternyata memberi dampak yang signifikan secara peningkatan followers, banyak nya pertanyaan masuk melewati direct message dan meningkat nya algoritma traffic interaksi dari pengguna Instagram kepada akun Toko Daging RPH dibandingkan dengan penggunaan insta ads yang ternyata biaya nya cenderung menjadi lebih mahal dibandingkan dengan paid promote karena perbandingan algoritma yang didapatkan berbeda jauh. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Instagram dari Toko Daging RPH memiliki connection/koneksi yang belum terlalu baik dan efektif untuk menjadi pengaruh kualitas Instagram guna berpromosi yang memberikan dampak peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 3 (tiga) narasumber yang dominan menilai bahwa Toko Daging RPH masih belum komunikatif dan responsif secara admin/pengelolaan Instagram nya yang disebabkan oleh slowrespon nya menjawab pertanyaan di Instagram direct message meskipun saat ini sudah cukup informatif dari ada nya informasi yang ditambahkan pada profil Instagram Toko Daging RPH. Pihak dari Toko Daging RPH harus bisa mengatasi kekurangan ini agar bisa mendapat nilai positif dari followers maupun calon followers Instagram.

Perkembangan Penjualan yang dimaksudkan sesuai dengan topik pembahasan penelitian adalah analisis dalam penjualan pada segmen yang berguna dalam menilai profitabilitas dari perusahaan. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Toko Daging RPH memiliki kondisi pasar yang sudah baik, lengkap dan stabil secara harga untuk menjadi

pengaruh dampak peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 3 (tiga) narasumber yang dominan mengatakan banyaknya pilihan produk daging yang sudah cukup lengkap dan variatif, meskipun stok kadang kali kehabisan, tetapi ada alternatif disediakan keesokan hari apabila pelanggan berkenan. Kestabilan harga produk pada Toko Daging RPH juga menjadi hal yang memberi dampak kepada peningkatan penjualan dikarenakan harga yang konsisten menurut narasumber konsumen Toko Daging RPH. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Toko Daging RPH memiliki kondisi dan kemampuan penjual yang baik setelah dilakukannya optimalisasi dalam pengelolaan toko dan promosi Instagram memberi pengaruh dampak pada peningkatan penjualan. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 3 (tiga) narasumber pihak toko yang dapat dinilai sudah sistematis dan terstruktur secara pemilihan waktu promosi, pemilihan konten, pemantauan konten hingga evaluasi promosi dengan baik secara hirarki yang harus dibahas dan dibicarakan dari tim promosi Toko Daging RPH dilanjut ke manager BPS hingga direktur.

Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Toko Daging RPH memiliki kondisi dari modal dan penghasilan yang sudah baik serta meningkat secara signifikan. Hal ini didukung dengan adanya perbandingan laporan penjualan Toko Daging RPH tahun 2021 dan 2022 semester 1 serta jawaban wawancara dari 3 (tiga) narasumber yang dominan mengatakan volume penjualan mengalami peningkatan dari optimalisasi sosial media marketing sehingga diputuskan untuk lebih memberi perhatian yang lebih lagi kepada promosi dengan Instagram. Terlihat juga terjadi peningkatan signifikan pada jumlah penjualan jika membandingkan pada masa semester 1 dari januari sampai juni di tahun 2021 dengan 2022 dengan rata rata peningkatan 21% pada 5 item favorit Toko Daing RPH. Berdasarkan data analisis diatas, dapat diketahui bahwa Toko Daging RPH memiliki kondisi organisasi perusahaan dalam manajemen pengelolaan Instagram toko yang sudah dibenahi dan membaik untuk menjadi pengaruh dampak peningkatan

penjualan tetapi harus di tingkatkan kembali. Hal ini didukung dengan jawaban wawancara dengan 4 (empat) narasumber yang dominan mengatakan segala teknis pengelolaan dari Instagram yang sudah dioptimalisasi kan dari segi teknis konten, promosi dengan fitur instagram, timing promosi hingga evaluasi secara hirarki sudah berjalan dengan baik akan tetapi Toko Daging RPH harus tetap konsisten dengan penggunaan sosial media marketing untuk berpromosi karena jika tidak lakukan dengan baik dan teratur pasti tidak akan berhasil penggunaan sosial media marketing meskipun sudah dioptimalisasi dengan baik.

