

## **BAB III**

### **PROMOSI DAN PEMASARAN**

#### **A. Strategi Promosi**

Menurut Mahmud Machfoedz (2010:31) promosi penjualan adalah suatu aktivitas atau materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Menurut Mahmud Machfoedz (2010:32) metode promosi terbagi menjadi dua kategori yaitu promosi penjualan konsumen dan promosi penjualan perdagangan. Dalam perencanaan bisnis ini penulis akan menggunakan metode promosi penjualan konsumen untuk meotivasi konsumen agar mengunjungi dan membeli produknya.

#### **B. Media Promosi**

Menurut Veby Zilfania, (2014: 17) menyebutkan bahwa penggunaan social media sudah mulai sering digunakan dalam pemasaran, komunikasi publik, kantor atau departemen yang berhubungan langsung dengan konsumen. Dalam bisnis juga sosial media adalah salah satu saluran yang mendukung komunikasi dalam memasarkan barang dagangan secara cepat dan menguntungkan dibandingkan dengan menjual langsung ke pasar.

Media yang akan digunakan untuk mempromosikan Sop Iga Cabe Domba yaitu melalui Instagram karena menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (2012:568), sosial media adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain.

Maka dari itu menggunakan sosial media untuk dijadikan sebagai alat promosi merupakan hal yang tepat. Adapun menurut Puntodi (2011: 5) penggunaan atau pemanfaatan sosial media yaitu memiliki keunggulan membangun personal branding melalui sosial media adalah tidak mengenal trik karena masyarakat yang akan menentukan.

### C. Biaya Promosi

1. Promosi Awal (1-3 bulan pertama) :

**TABEL 14**  
**PROMOSI AWAL SOP IGA CABE DOMBA**

Promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Perkenalan Sop Iga Cabe Domba	Membuat masyarakat kota Tangerang (target pasar) mengenal Sop Iga Cabe Domba dan mengetahui <i>Grand Opening</i> .	Media Sosial (Instagram <i>advertising</i> ).	250.000 (iklan dipasang sebanyak 7 kali selama seminggu)
Promosi : Buy 1 get 1 untuk semua jenis makanan.	Menarik target pasar agar datang ke Sop Iga Cabe Domba.	Instragram <i>advertising</i> .	Rp. 250.000 (Iklan dipasang sebanyak 7 kali selama seminggu)
Perkenalan Sop Iga Cabe Domba via <i>Influencer</i>	Menarik target pasar agar mengenal Sop Iga Cabe Domba dan menjadi tertarik	Influencer :  Instagram : @kenandgrat	Rp. 2.000.000 selama 1 bulan.

	terhadap produk & jenis pelayanan Sop Iga Cabe Domba.		
--	---	--	--

Sumber : Olahan Penulis, 2020

## 2. Promosi Jangka Panjang (per bulan)

**TABEL 15**  
**PROMOSI JANGKA PANJANG SOP IGA CABE DOMBA**

Promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Promo cashback	Membuat target pasar lebih tertarik dan memberitahu bahwa Sop Iga Cabe Domba dapat diakses oleh banyak platform.	Gojek, Grab, Gila Diskon, Dana, Link aja.	$\pm$ 10% dari revenue per bulan.

Sumber : Olahan Penulis, 2020

## 3. Promosi *Calender Event* (per event di setiap bulan)

**TABEL 16**  
**PROMOSI CALENDER EVENT SOP IGA CABE DOMBA**

Promosi	Target	Media	Perkiraan Biaya
Discount 50% all item (New Years)	Membuat target pasar lebih tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba saat <i>grand opening</i> .	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui Instagram dengan biaya 250.000 selama 7 hari.
Buy 1 get 1 ( <i>Valentine Day</i> )	Membuat target pasar tertarik mengunjungi	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan

	Sop Iga Cabe Domba.		instagram advertisement.
<i>Discount</i> 20% (Hari Nyepi)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount</i> 25% (Hari Kartini)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount</i> 20% (Hari Buruh Internasional)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount</i> 20% (Hari Lahir Pancasila)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount</i> 25% (Idul Adha)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount All item</i> 17% (Hari Kemerdekaan)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi Sop Iga Cabe Domba.	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan instagram advertisement.
<i>Discount</i> 25% semua jenis sop (Hari Natal)	Membuat target pasar tertarik mengunjungi	Media Sosial (Instagram).	Media pemasaran melalui akun instagram Sop Iga Cabe Domba dan

	Sop Iga Cabe Domba.		instagram <i>advertisement.</i>
--	------------------------	--	------------------------------------

Sumber : Olahan Penulis, 2020