

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang ini teknologi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan. Teknologi adalah suatu inovasi yang membantu manusia menyelesaikan masalah mereka. Pada awalnya, teknologi dibuat dalam bentuk perangkat seperti telepon, televisi, radio, dan sebagainya. Namun, seiring berjalannya waktu, teknologi telah berkembang menjadi solusi yang dapat membantu orang menyelesaikan masalah dan memenuhi kebutuhan mereka. Oleh karena itu, kehidupan manusia tidak dapat dilakukan tanpa teknologi, bahkan saat ini, teknologi telah menjadi kebutuhan dasar bagi manusia.

Teknologi digunakan oleh banyak orang di era globalisasi saat ini. Manusia dapat menjadi modal yang cukup untuk menjadi pemenang global dengan menguasai teknologi informasi. Media sosial termasuk dalam kategori teknologi informasi, dan mereka juga termasuk dalam kategori *new media* yang berarti media yang telah terkena dampak teknologi. "Media baru" mengacu pada media konvensional seperti film, musik, gambar, dan tulisan serta teknologi komunikasi interaktif dan komputer (Setiawan, 2023).

Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat karena kemudahan untuk mengakses akun. Mereka dapat melakukannya kapan saja dan dimana saja. Media sosial telah menjadi pilar komunikasi pada abad digital ini. Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan untuk berinteraksi dan bersosialisasi, tetapi juga digunakan sebagai alat yang bermanfaat untuk memasarkan dan mempromosikan bisnis secara *online*.

Salah satu media sosial yang digunakan untuk berbisnis adalah Instagram. Instagram adalah situs media sosial yang populer untuk mempromosikan bisnis (Rohmawati, 2023). Instagram berasal dari kata "instan" dan "telegram", yang berasal dari kata "instan" untuk tujuan yang sama seperti kamera polaroid, yang sebelumnya dikenal sebagai "foto instan" (Setiawan, 2023).

Pengguna Instagram di Indonesia menjadi yang terbanyak ke-4 di dunia dari angka penggunaannya mencapai 103,3 Juta pengguna di Indonesia pada Juli 2023 (Annur, 2023) Instagram memiliki banyak fitur, seperti pengikut (*followers*), berbagi foto (*share*), judul foto (*caption*), *mention*, *hashtag*, geotag/lokasi, tanda suka (*like/love*), dan komentar (Yani, 2017).

Instagram telah menjadi populer karena aplikasinya yang mudah digunakan dan fitur-fitur menariknya, yang telah mendorong pertumbuhan bisnis yang beragam, termasuk makanan, aksesoris, perangkat, pakaian, atau bahkan jasa. Dengan fitur-fitur ini, pelaku bisnis dapat dengan mudah mengelola bisnis mereka secara *online* (Setiawan, 2023).

Instagram sekarang menjadi gaya hidup bagi banyak orang, dan memiliki akun Instagram, sama halnya seperti memiliki *e-mail*, sangat penting. Oleh karena itu, peneliti memilih Instagram sebagai subjek penelitian mereka karena merupakan *platform* yang populer untuk berkomunikasi secara *online*. Selain itu, sejak kemunculannya di Indonesia, Instagram telah mengalami perubahan dalam fungsinya. Banyak orang sekarang menggunakannya sebagai *platform* untuk menjalankan bisnis *online* mereka, meskipun awalnya digunakan untuk menampilkan foto pribadi. Karena sasaran pertama perusahaan adalah orang yang dikenal, menjadi lebih mudah untuk beriklan di Instagram. Peluang bisnis baru dimulai dengan berbicara satu sama lain dan akhirnya menyebar (Setiawan, 2023).

Dari banyaknya pengguna Instagram yang memilih untuk menjalankan bisnis *online*, akun polaroid moodsdaily aktif menggunakan Instagram sebagai media bisnis. Pemilik dari akun Instagram ini adalah Tiara Andika. Tiara adalah seorang remaja dan juga salah satu mahasiswa Universitas Jambi yang berusia 21 tahun. Bisnis ini sudah ia geluti sejak tahun 2020. Tiara telah memanfaatkan Instagram untuk berbisnis di bidang jasa. Seperti cetak foto polaroid, foto gantungan kunci, *frame* foto *aesthetic*, album foto mini, dan masih banyak lagi.

Bisnis cetak foto Polaroid sedang menjamur dan masih menjadi ide bisnis yang menjanjikan, ini terlihat dari harga cetakan polaroid dipasaran yang sangat beragam dan bersaing secara sehat. Cetak foto dengan bentuk polaroid sebenarnya cetak foto menggunakan kamera khusus, namun seiring berjalannya waktu semakin

berinovasi bahwa cetak foto polaroid tidak harus menggunakan kamera yang harganya terbilang cukup mahal. Dengan menggunakan jasa yang diberikan maka konsumen dengan praktis bisa memiliki foto polaroid.

Gen Z cenderung memiliki sifat FOMO (*fear of missing out*) alias takut ketinggalan jaman. Bisnis cetak foto polaroid sesuai dengan tren yang diminati Gen Z saat ini. Efek foto polaroid yang unik membuat Gen Z tertarik untuk mengabadikan momen-momen mereka dalam bentuk foto polaroid. Selain itu, Gen Z sangat akrab dengan media sosial seperti Instagram. Mereka gemar membagikan aktivitas keseharian mereka di media sosial. Foto polaroid yang estetik dan menarik menjadi konten yang disukai untuk diunggah di Instagram dan media sosial lainnya.

Kepraktisan dan kemudahan dalam memperoleh foto polaroid melalui jasa cetak seperti akun instagram polaroid moodsdaily juga menjadi daya tarik tersendiri bagi Gen Z. Dengan menyediakan jasa cetak foto polaroid yang terjangkau dan sesuai dengan selera Gen Z, bisnis seperti ini dapat menarik minat pangsa pasar yang besar dari kalangan generasi muda ini.

Awal mula memulai bisnis ini Tiara harus mencetak foto ke tempat Fotocopy karena pada saat itu belum mempunyai printer sendiri. Seiring berjalannya waktu bisnis ini pun mulai berkembang dengan cara promosi dan *endorsement* beberapa *influencer* di Kota Jambi. Setelah 3 bulan bisnis ini berjalan akhirnya Tiara bisa membeli printer sendiri, maka dari itu keuntungan dari mencetak foto pun semakin bertambah.

Bisnis ini lebih menekankan strategi pemasaran melalui media sosial Instagram untuk menarik konsumen. Ini dilakukan karena Instagram memiliki banyak fitur yang dapat digunakan. Dengan menggunakan fitur Instagram seperti *reels* dan *instastory* polaroid moodsdaily dapat mengupload produk dan kegiatan jualan mereka. Walaupun sudah melakukan strategi pemasaran yang cukup baik, tidak dapat dihindari bahwa setiap usaha pasti mengalami naik turun dari segi penghasilan. Hal tersebut dapat dilihat dari penghasilan pemilik akun polaroid moodsdaily pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Data Penjualan Polaroid Moodsdaily Tahun 2021-2024

Periode	2021	2022	2023	2024
Januari	Rp. 510.000	Rp. 800.000	Rp. 2.250.000	Rp. 4.200.000
Februari	Rp. 225.000	Rp. 955.000	Rp. 1.115.000	Rp. 5.150.000
Maret	Rp. 500.000	Rp. 850.000	Rp. 2.193.000	Rp. 3.725.000
April	Rp. 390.000	Rp. 985.000	Rp. 3.575.000	Rp. 3.700.000
Mei	Rp. 385.000	Rp. 745.000	Rp. 1.650.000	Rp. 3.225.000
Juni	Rp. 410.000	Rp. 950.000	Rp. 2.700.000	Rp. 4.050.000
Juli	Rp. 190.000	Rp. 575.000	Rp. 5.153.000	Rp. 3.725.000
Agustus	Rp. 430.000	Rp. 665.000	Rp. 2.453.000	Rp. 3.855.000
September	Rp. 660.000	Rp. 450.000	Rp. 3.484.000	Rp. 4.100.000
Oktober	Rp. 480.000	Rp. 490.000	Rp. 3.008.000	Rp. 5.150.000
November	Rp. 155.000	Rp. 925.000	Rp. 1.890.000	Rp. 5.800.000
Desember	Rp. 347.000	Rp.950.000	Rp. 3.799.000	Rp. 5.685.000

Sumber: polaroid moodsdaily

Berdasarkan tabel diatas, terdapat tren peningkatan penjualan dari tahun ke tahun. Terlihat penjualan pada tahun 2024 (setidaknya untuk bulan Januari-Mei) jauh lebih tinggi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Ini menunjukkan bisnis polaroid moodsdaily terus berkembang dan semakin diminati. Terdapat pola musiman dalam penjualan. Pada bulan-bulan tertentu seperti Januari, April, dan Juli, penjualan cenderung lebih tinggi dibandingkan bulan lainnya di tahun yang sama. Ini mungkin terkait dengan momen-momen tertentu atau liburan di bulan tersebut yang meningkatkan permintaan akan jasa cetak foto polaroid.

Meskipun tren penjualan meningkat setiap tahunnya, tetap terdapat fluktuasi naik-turun penjualan di setiap bulannya. Ini menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi penjualan seperti strategi pemasaran, kompetitor, atau kondisi pasar. Secara keseluruhan, data penjualan menunjukkan bahwa polaroid moodsdaily berhasil menemukan pasar yang tepat dan terus

mengembangkan bisnisnya dari tahun ke tahun, terutama di tahun 2024 yang menunjukkan peningkatan penjualan yang signifikan.

Dalam ajaran Islam, jual beli sendiri adalah bentuk dasar dari kegiatan ekonomi manusia. Bahkan, Rasulullah SAW mengatakan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki dapat ditemukan melalui pintu berdagang (al-hadits). Artinya, perdagangan (jual beli) adalah cara untuk membuka pintu rezeki, sehingga karunia Allah dapat mengalir darinya (Nadhifah et al., 2024).

Dalam Al-Quran, Allah SWT mengatakan, *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu"*, surah An Nisa ayat 29. Di sini, hukum jual beli dibahas secara keseluruhan, terutama tentang transaksi yang berkaitan dengan perdagangan dan jual beli. Dalam ayat ini, Allah SWT mengharamkan kepada orang-orang yang beriman untuk melakukan tindakan yang melanggar hukum terhadap kekayaan orang lain. Kami diizinkan untuk melakukan transaksi dengan pembeli dengan cara yang saling ridha dan ikhlas, dan sebaliknya (Gustin, 2019).

Jual barang dan jasa melalui media elektronik terutama internet, disebut "jual beli *online*". Dalam hal ini, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara langsung. Anda harus membayar harga barang sebelum diserahkan. Sedangkan karakteristik bisnis online, yaitu:

1. Terjadinya transaksi antara dua belah pihak
2. Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi
3. Media utama untuk proses hukum ini adalah internet

Dari karakteristik di atas, jelas bahwa yang membedakan bisnis *online* dengan bisnis offline adalah proses transaksi atau juga dikenal sebagai akad, dan media utama proses tersebut. Untuk transaksi as-salam, pembayaran dilakukan secara tunai atau disegerakan, tetapi untuk transaksi al-istishna, pembayaran dilakukan secara tunai; untuk transaksi al-istishna, sifat barang harus dinyatakan secara eksplisit, baik dalam bentuk tulisan atau lisan, dan barang diserahkan langsung atau diserahkan setelah batas waktu tertentu (Nadhifah et al., 2024).

Berdasarkan wawancara dengan pemilik akun, salah satu tantangan atau permasalahan yang dihadapi yaitu banyaknya kompetitor bisnis yang sama di media sosial Instagram. Hal ini menjadi sulit apabila tidak bisa menempatkan diri agar sejajar dengan mereka dan bisa memenangkan persaingan pasar. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dan mengangkat ke dalam penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Akun Instagram Polaroid.Moodsdaily)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa saja tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pemilik akun polaroid moodsdaily dalam memasarkan produknya melalui Instagram?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang efektif bagi polaroid moodsdaily untuk menghadapi persaingan pasar di Instagram?
3. Bagaimana penerapan strategi pemasaran polaroid moodsdaily ditinjau dari etika bisnis Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh pemilik akun polaroid moodsdaily dalam memasarkan produknya melalui Instagram
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang efektif bagi polaroid moodsdaily untuk menghadapi persaingan pasar di Instagram
3. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran bisnis polaroid moodsdaily yang ditinjau dari etika bisnis Islam.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai sumber referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca dalam menghadapi persaingan pasar di media sosial.

- b. Penelitian ini diharapkan akan meningkatkan pemahaman pembaca tentang ekonomi Islam, terutama tentang bagaimana strategi pemasaran bisnis melalui instagram ditinjau dari perspektif etika bisnis Islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis sebagai kesempatan untuk mengembangkan ide-ide tentang cara menggunakan teori saat ini dalam situasi nyata.
- b. Bagi masyarakat dan pembaca, semoga penelitian ini memberi lebih banyak pengetahuan tentang penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi.
- c. Bagi pemilik akun berupa evaluasi, rekomendasi, pengetahuan dan wawasan baru agar pemilik akun dapat memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnis polaroid moodsdaily ini dengan mengaplikasikan etika bisnis Islam dalam strategi pemasarannya.