

BAB V

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Studi yang meneliti Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Akun Instagram Polaroid Moodsdaily). Temuan-temuan penting dari penelitian ini mencakup:

1. Pemilik akun Polaroid Moodsdaily menghadapi berbagai tantangan dalam memasarkan produknya melalui Instagram. Tantangan utama adalah persaingan yang ketat dengan bisnis serupa yang juga menargetkan Generasi Z sebagai konsumen utama. Persaingan ini semakin sulit ketika pesaing memiliki lebih banyak pengikut atau anggaran pemasaran yang lebih besar. Selain itu, fluktuasi penjualan yang tidak stabil menjadi hambatan signifikan, meskipun terdapat tren peningkatan dari tahun ke tahun. Ketergantungan pada Instagram sebagai satu-satunya *platform* pemasaran juga menjadi risiko besar yang dapat memengaruhi visibilitas dan interaksi bisnis jika terjadi perubahan algoritma atau kebijakan *platform*.
2. Strategi pemasaran yang diterapkan Polaroid Moodsdaily terbukti efektif dalam menghadapi persaingan tersebut. Pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti *Reels*, *Stories*, dan *Highlights* membantu menampilkan produk secara menarik sehingga dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, penggunaan endorsement dengan menggandeng influencer lokal mampu meningkatkan visibilitas merek dan membangun kepercayaan konsumen. Pengelolaan testimoni pelanggan juga memainkan peran penting dalam menciptakan citra positif yang memengaruhi calon konsumen. Strategi ini dilengkapi dengan harga produk yang kompetitif serta variasi produk yang menarik, sehingga berhasil memenuhi preferensi konsumen Generasi Z yang sensitif terhadap tren dan estetika.
3. Dalam perspektif etika bisnis Islam, strategi pemasaran Polaroid Moodsdaily telah sesuai dengan prinsip-prinsip dasar seperti kejujuran,

4. transparansi, tanggung jawab, dan keadilan. Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga memperkuat citra bisnis sebagai usaha yang bertanggung jawab secara moral. Komitmen terhadap etika bisnis Islam terlihat dari upaya menjaga kualitas produk, memberikan informasi yang akurat, serta memenuhi janji kepada pelanggan.

Secara keseluruhan, Polaroid Moodsdaily menunjukkan pertumbuhan bisnis yang positif setiap tahunnya. Tren peningkatan penjualan pada tahun 2024 mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran yang diterapkan dalam menjangkau audiens lebih luas dan tetap relevan di pasar digital. Dengan inovasi produk, pendekatan pemasaran kreatif, dan fokus pada kebutuhan konsumen, bisnis ini berhasil mempertahankan daya saingnya. Untuk keberlanjutan, diversifikasi platform pemasaran dan pemanfaatan data analitik menjadi langkah penting yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu platform dan meningkatkan jangkauan pasar. Strategi-strategi ini dapat mendukung Polaroid Moodsdaily menjadi bisnis yang lebih stabil dan berkelanjutan di masa depan.

6.2 Saran

1. Diversifikasi Saluran Pemasaran: Untuk mengurangi risiko yang muncul akibat ketergantungan pada Instagram, disarankan agar Polaroid moodsdaily mengeksplorasi platform media sosial lainnya seperti TikTok, Facebook, atau bahkan membuat situs web sendiri. Diversifikasi ini dapat membantu memperluas basis konsumen dan mengurangi ketergantungan pada satu platform.
2. Tingkatkan Keterlibatan Konsumen: Interaksi yang berkelanjutan dengan konsumen melalui fitur interaktif Instagram seperti Stories dan Live dapat memperkuat hubungan dengan konsumen dan meningkatkan loyalitas mereka. Selain itu, memperkenalkan variasi produk baru atau penawaran terbatas dapat menjaga daya tarik dan kesegaran merek.
3. Pertahankan Standar Etika Bisnis: Polaroid moodsdaily harus terus memegang teguh prinsip-prinsip etika bisnis Islam dalam setiap aspek

operasionalnya. Dengan tetap transparan dalam representasi produk, menetapkan harga yang adil, dan memberikan layanan konsumen yang andal, bisnis ini dapat semakin mengokohkan reputasinya dan menarik konsumen yang mengutamakan etika.

6.3 Penutup

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberi rahmat, taufik, dan hidayah kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Akun Instagram Polaroid Moodsdaily).”**. Karena keterbatasan pengetahuan yang mereka miliki, penulis menyadari bahwa masih ada kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kritik dan saran dari pembaca untuk membantu skripsi ini menjadi lebih baik.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, yang diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.