

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang cukup efektif salah satunya yaitu media sosial instagram. Instagram adalah merupakan fitur sosial media untuk berbagi foto dan video yang dapat memungkinkan penggunaannya untuk mengambil foto dan video tersebut sekaligus dapat berbagi layanan jejaring sosial yang lainnya. Manusia saat ini menjadikan media sosial sebagai prioritas dalam kehidupan yang salah satunya melakukan kepentingan dalam bermedia sosial untuk mempromosikan dagangannya. Sebab dengan cara itu dapat menjual dengan secara leluasa karena media sosial pada fitur Instagram dapat digunakan fasilitasnya secara mudah dan terlihat oleh siapa saja dan kapan saja (Debby Eka Sampitri,2016:58).

Pada era seperti ini tidak hanya melakukan strategi promosi yang bersifat offline akan tetapi juga dapat ditingkatkandengan caramudah yaitu media online salah satunya instagram. Di Indonesia pemanfaatan teknologi seperti internet dimulai sekitar tahun 1995. Di zaman era globalisasi sekarang teknologi internet sudah banyak dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil. Pemanfaatan media sosial saat ini ,telah berevolusi menjadi global di dalam dunia bisnis.

Pemasaran dalam bidang bisnis, kini dapat dilakukan melalui media sosial yang mampu mendapatkan penghasilan atau keuntungan. Instagram merupakan salah satu jenis media sosial yang dapat

digunakan untuk melakukan penjualan produk bisnis yang kita miliki untuk dipasarkan atau biasa disebut sebagai pemasaran online.

Perlu diketahui bahwa tampilan toko online yang diatur dengan cara menarik akan dapat menarik perhatian publik dan memberikan rasa penasaran pada teman online. Maka, dalam hal ini perlu diketahui bahwa proses postingan untuk strategi pemasaran yang kita jual, sangat penting dalam dunia bisnis online.

Dikarenakan banyaknya pengguna instagram yang membuat jejaring sosial ini di fungsikan sebagai media untuk berbisnis, peneliti ingin mengetahui seberapa besar pemanfaatan instagram terhadap pelaku bisnis online di Kasinta Store. Peranan tersebut dianggap sangat efektif karena dapat memudahkan pelaku bisnis online dan konsumen saling berkomunikasi walaupun melalui cara virtual. Dengan begitu, pelaku bisnis online dan para konsumen dapat melakukan pembelian atau transaksi suatu barang dan juga mencari informasi tentang barang yang akan dibeli dengan sangat mudah.

Selain media sosial instagram sebagai salah satu sarana dalam melakukan suatu promosi penjualan yang cukup mudah, instagram juga memiliki beberapa keuntungan bagi pelaku bisnis online, salah satunya yaitu pelaku bisnis tidak lagi repot mengeluarkan uang atau biaya untuk melakukan promosi produk mereka, dengan seperti itu pelaku bisnis dapat melakukan promosi sepuasnya agar produk mereka bisa laku di pasaran, selain itu saat ini instagram melakukan pembaharuan yang cukup bagus contohnya yaitu akun instagram bisa di setting oleh penggunanya yang ingin melakukan sebuah promosi atau penjualan

produk di instagram tersebut. Dengan begitu setelah selesai di setting maka instagram dengan sendirinya akan otomatis memasarkan produk penggunanya (Puguh Kurniawan,2017:47-52).

Promosi adalah salah satu hal yang harus dilakukan oleh setiap pelaku bisnis, hal yang paling utama dalam promosi adalah membuat pesan yang menarik maupun efektif agar konsumen dapat tertarik dengan barang yang di promosikan. Berdasarkan fakta yang terjadi, saat ini instagram tidak hanya digunakan sebagai media pemuas kebutuhan untuk hiburan saja, akan tetapi media sosial ini juga mempunyai peluang yang sangat besar untuk dimanfaatkan sebagai ladang bisnis online, karena kesuksesannya sebagai media sosial yang paling banyak diminati, Happy Go Lucky house pelopor concept store di Indonesia yang berdiri sejak tahun 2008 telah mempromosikan produknya dengan menggunakan instagram dan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di dalamnya (Dinda Sekar Puspitarini:2019:71-80).

Di Kota Kendari, aplikasi instagram telah banyak digunakan oleh sebagian orang dalam memperkenalkan produknya. Salah satu toko yang memperkenalkan produknya melalui instagram yaitu Kasinta Store. Toko ini merupakan salah satu toko yang lumayan sangat terkenal di kalangan anak remaja maupun orang tua yang menjual beraneka macam produk-produk kebutuhan wanita, hingga saat ini akun instagram Kasinta Store mempunyai 27,4 ribu pengikut dan kurang lebih 630 postingan, selain itu *followers* dan postingannya kian bertambah seiring berjalannya waktu berkat ketekunan Kasinta Store menjalankan bisnisnya. Kasinta Store adalah salah satu toko yang

dulunya hanya menjual beberapa barang diantaranya tas wanita saja. Akan tetapi, seiring berkembangnya waktu Kasinta Store mencoba untuk menjual berbagai barang seperti pakaian, tas, sandal, pelindung kabel cas, dll. Tak habis itu Kasinta Store sendiri membangun bisnisnya di mulai dari nol dari tidak mempunyai bangunan toko hingga yang akhirnya Kasinta store memiliki toko sendiri berkat ketekunannya mempromosikan barang jualan melalui instagram. Penulis tertarik mengambil judul ini, karena penulis ingin mengetahui lebih dalam lagi tentang usaha Kasinta Store, bagaimana usaha tersebut memanfaatkan media sosial instagram untuk memasarkan produknya.

Nabi Muhammad sangat menghindari bisnis haram, beliau melarang beberapa jenis perdagangan, dikarenakan sistemnya maupun karena unsur-unsur yang haram di dalamnya. Memperjual belikan benda-benda yang tidak diperbolehkan menurut Al-Qur'an adalah haram. Misalnya, melarang mengkonsumsi daging babi, bangkai, dan khamar, sebagaimana yang tercantum dalam firman Allah berikut ini (Q.S Al-Baqarah:275).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemah: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang

kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Adapun Hadist yang berkaitan dengan jual beli :

عَنْ رِفَاعَةَ بْنِ رَافِعٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ : أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ ؟ عَمَلُ
الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

Artinya:

“Dari Rifa’ah ibn rafi: sesungguhnya Rasulullah SAW ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah ketika itu menjawab. “usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang mabrur”. (H.R. Al-Bazazi dan Al-Hakim)

Maksud mabrur dalam hadist tersebut adalah jual beli yang terhindar dari usaha tipu menipu dan merugikan orang lain.

Penulis tertarik meneliti di Kasinta store karena penulis melihat ada peluang yang menarik dan bisa diangkat sebagai penelitian berhubung penulis juga adalah pengguna aktif instagram, penulis juga ingin mengetahui hal apa yang membuat Kasinta store menggunakan aplikasi

instagram sebagai sarana pemasarannya serta seberapa besar peran instagram agar dapat menarik minat para konsumen yang belanja di Kasinta store.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui **“Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Bisnis Online Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Kasinta Store Di Kecamatan Baruga)”**

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis memfokuskan penelitian hanya pada **“Peranan Aplikasi Instagram Sebagai Sarana Pemasaran Bisnis Online Ditinjau Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Pada Kasinta Store Di Kecamatan Baruga)”**

1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran aplikasi instagram pada pemasaran bisnis online Kasintastore?
2. Bagaimana perspektif ekonomi syariah dalam menggunakan instagram untuk bisnis online?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui peran aplikasi instagram pada pemasaran bisnis online Kasinta store.

2. Untuk mengetahui perspektif ekonomi syariah dalam menggunakan instagram

1.5. Manfaat Penelitian

Harapan dari penelitian ini kedepan menjadi pedoman penelitian selanjutnya dan bisa berbagi manfaat oleh pihak yang bersangkutan baik dengan cara praktis maupun teoritis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan wawasan ilmu pengetahuan serta dapat berguna sebagai salah satu karya tulis ilmiah yang dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi pembacanya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis yang didapatkan selama berada di bangku kuliah, serta memperluas pengetahuan dan pengalaman tentang pemanfaatan sosial media khususnya instagram.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pemanfaatan media sosial pada pemasaran bisnis online khususnya instagram.

- c. Bagi Pelaku Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu informasi dan pembelajaran bagi pelaku bisnis yang menjalankan usaha melalui media sosial serta dapat mengembangkan usahanya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.6. Definisi Operasional

Agar menghindari terjadinya kesalahpahaman atau kekeliruan bagi pembaca dalam penelitian ini, maka penulis akan memperjelas beberapa pengertian yang terkandung di dalamnya, yaitu sebagai berikut :

1. Peranan, bagian dari aspek yang dinamis yang mana jika individu manusia dalam melakukan hak dan kewajiban sesuai dengan kedudukan. Hal ini mengartikan bahwa peran sangat menentukan terhadap langkah kedepan ditengah masyarakat dan kesempatan yang diamanahkan kepada masyarakat. peran menjadi urgent dikarenakan dapat mengubah perilaku seseorang dan membuat individu manusia untuk menyesuaikan perilaku sendiri dengan oranglain.
2. Media Sosial, merupakan perangkat aplikasi yang dapat dilakukan untuk berkomunikasi secara jauh, atau interaksi antara satu orang dengan dengan oranglain. dan juga dapat memberikan informasi dengan aplikasi khusus melalui jaringan internet, Adapun tujuannya ialah bagian dari sarana komunikasi dalam menghubungkan antara individu dengan individu yang berada pada wilayah yang bercangkup luas.
3. Promosi, adalah upaya yang dilakukan untuk memberitahukan atau menawarkan sebuah produk dan jasa dengan tujuan yang menarik calon pembeli atau konsumen. Dengan adanya promosi, produsen maupun distributorsangat mengharapkan kenaikan dari angka penjualan, selain itu juga promosi bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para konsumen terhadap suatu produk

atau merek.

4. Pelaku usaha, adalah individu atau perusahaan baik yang berebentuk badan hukum atau non badan hukum dalam melakukan kegiatan dalam wilayah negara Indonesia dengan melalui perjanjian dalam penyelenggaraan usaha dibidang ekonomi.
5. Pemasaran, merupakan identifikasi dan pemenuhan kebutuhan manusia dan kebutuhan sosial, serta rangkaian proses dalam mewujudkan, alat komunikasi, dan pemberian nilai oleh konsumen dan sekaligus pengelolaan hhubungan dengankonsumen dengan tujuan meraip keuntungan.
6. Bisnis Online, merupakan perangkat usaha dalam memberikan promosi baik bentuk barang atau jasa melalui online atau menggunakan internet dengan cara berkomunikasi.

