

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perubahan iklim bisnis saat ini banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, satu diantara faktor tersebut adalah pemasaran. Suatu usaha atau bisnis tentunya tak lepas dari proses tersebut. Ada banyak sekali teori dan praktek pemasaran yang berkembang dan penuh inovasi. Namun, tidak sedikit kita temukan berbagai strategi pemasaran yang tidak etis, curang, dan tidak professional. Proses yang melibatkan berbagai sumber daya tentunya diarahkan secara maksimal agar produk yang dimiliki oleh perusahaan dapat diterima oleh pasar dan masyarakat.

Pada dasarnya objek ekonomi dalam Islam mempunyai bidang yang luas, sehingga Al-Qur'an dan As-Sunnah secara mayoritas banyak membicarakan persoalan ekonomi dalam bentuk global maupun umum. Hal ini jelas bahwa Islam membuka peluang bagi manusia untuk melakukan inovasi berbagai bentuk muamalah selama hasil inovasi tersebut tidak keluar dari prinsip - prinsip yang telah ditentukan dalam Islam. Diantara bentuk inovasi yang muncul dalam dunia pemasaran pada era digital ini adalah *viral marketing*. Pemasaran viral yang didukung oleh perkembangan dan infrastruktur teknologi telah banyak diadopsi oleh perusahaan – perusahaan karena memberikan dampak yang lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk yang dimiliki dan memberikan *feedback* yang signifikan.

Munculnya perusahaan – perusahaan berbasis teknologi informasi menjadikan *viral marketing* sebagai strategi yang banyak diterapkan. Salah satunya adalah Iwak.me yang bergerak dibidang platform investasi budidaya ikan air tawar yang menghubungkan antara pemodal dengan petani. Iwak.me menghimpun dana dari investor yang memiliki semangat yang sama yaitu untuk memajukan kesejahteraan petani ikan di Indonesia. Hingga saat ini dana tehimpun yang sudah dikelola oleh Iwak.me berkisar 1,5 Miliar. Investor dapat berinvestasi melalui alur yang dijelaskan melalui website [www.iwak.me](http://www.iwak.me) dimana uang yang diinvestasikan akan dijadikan bagi

kolam *portable* yang akan dikelola oleh petani. Seluruh proses budidaya akan dikontrol oleh tim Iwak.me termasuk pembelanjaan, sistem budidaya, hingga penjualan hasil panen. Keuntungan dari hasil panen akan dibagi 50% untuk investor, 40% untuk petani, dan 10% untuk manajemen Iwak.me

Fitur –fitur yang ditawarkan oleh Iwak.me melalui sistem yang terintegrasi secara online memberikan kemudahan bagi para investor untuk memantau investasi mereka. Akan tetapi informasi tersebut masih rentan atau terdapat celah terjadinya manipulasi ataupun *system error*. Sehingga celah tersebut dapat merugikan investor karena tidak mendapatkan informasi yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

Melihat permasalahan tersebut seharusnya pemasaran viral juga dapat mentransformasi praktik bisnis yang awalnya merupakan level rasional terus mengalami pergeseran menuju level emosional kemudian pada akhirnya akan masuk ke level spiritual. Banyak sekali ditemui pertimbangan konsumen yang semulanya berada di pasar rasional kemudian masuk kedalam pasar spiritual. Hal tersebut tentunya tak lepas dari praktik pemasaran syariah yang mempengaruhi pemikiran serta emosional konsumen. Dimana ketika prinsip pemasaran syariah dilakukan secara *kaffah* maka ia akan menaikkan level *marketing* ini pada tingkatan “pemasaran langit”. Dimana keseluruhan prosesnya benar-benar tidak ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Kegiatan pemasaran yang baik memiliki karakteristik yang beretika, rasional, dan menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Prinsip-prinsip *marketing* yang menjunjung hal tersebut sudah ada dan sudah diatur dalam Islam, dimana konsep tersebut kita kenal sebagai konsep pemasaran syariah. Dimana pemasaran sebagai suatu kegiatan muamalah tidak lepas dari prinsip-prinsip syariah.

Namun, dominasi pemikiran ekonomi konvensional menjadikan ekonomi Islam belum mampu berkembang sebagaimana yang diharapkan. Padahal ekonomi Islam berisi tuntutan dan pedoman ideal yang mampu mengakomodir kebutuhan hidup manusia di dunia maupun di akhirat. Sedangkan ekonomi konvensional cenderung mengarahkan manusia untuk mengabaikan nilai. (Sudarsono, 2002)

Dalam *syariah marketing*, dimana proses pemasaran tidak hanya sekedar mengejar target pasar saja, tapi juga digunakan sebagai media dakwah untuk menyebarkan nilai-nilai kebaikan daripada agama Islam. Sehingga nanti akan tumbuh perusahaan yang memiliki *spiritual brand*, dimana perusahaan memiliki keunggulan, keunikan dan keberlanjutan dalam menjadikan nilai-nilai keislaman hidup perusahaan serta konsumennya menjadi lebih bernilai.

Ukuran baik- buruk kehidupan sesungguhnya tidak diukur dari indikator- indikator lain melainkan dari sejauh mana seorang manusia berpegang teguh pada kebenaran. Untuk itu manusia membutuhkan pedoman tentang kebenaran dalam hidup, yaitu agama. Seorang Muslim yakin bahwa Islam adalah satu-satunya agama yang benar dan diridhai Allah SWT. Islam telah mencakup seluruh ajaran kehidupan secara komprehensif. Jadi, agama merupakan kebutuhan manusia yang paling penting. Islam mengajarkan bahwa agama bukanlah hanya ritualitas, namun agama berfungsi untuk menuntun keyakinan, memberikan ketentuan atau aturan berkehidupan serta membangun moralitas manusia. Oleh karena itu, agama diperlukan oleh manusia dimanapun dan kapanpun (Kertajaya & Sula, 2006)

Jadi, Pemasaran atau *marketing* didefinisikan sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *value*. Menurut prinsip syariah kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah SWT dan berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama.

Dipilihnya “Iwak.me” dalam penelitian ini dikarenakan usaha investasi inovatif ini sedang berkembang dengan target pasar masyarakat kelas menengah di kota besar di Indonesia. Kelas ini diperkirakan pada tahun 2020 diperkirakan akan mencapai 43% dari total masyarakat Indonesia. Selain itu, di Indonesia trend untuk menjadi filantropis menunjukkan arah positif. (Nizar, 2015). Target pasar potensial yang dimiliki Iwak ini dimanfaatkan oleh Iwak.me untuk memasarkan produknya secara viral, mudahnya masyarakat dipengaruhi oleh pemasaran viral sering terjadi karena terdapat praktik yang rentan menjerumuskan bahkan merugikan konsumen dimana itu bertentangan dengan ketentuan pada pemasaran syariah.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana praktik *viral marketing* oleh Iwak.me dalam perspektif pemasaran syariah ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang sebelumnya maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kesesuaian antara praktik *viral marketing* yang dilakukan oleh Iwak.me dengan prinsip – prinsip pemasaran syariah.

## **D. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut

1. Bagi Aspek Akademis, diharapkan menjadi salah satu sumbangan dalam khazanah keilmuan dan pengembangan ilmu ekonomi Islam dan dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya, terutama dalam bidang pemasaran syariah
2. Bagi Aspek Praktis, diharapkan dapat membantu dan memberikan informasi mengenai prinsip dari pemasaran syariah sehingga dapat menerapkan prinsip-prinsip tersebut dalam proses *marketing*, terutama bagi lembaga atau perusahaan yang sangat mengandalkan aktifitas pemasaran

## **E. Sistematika Penelitian**

Guna memperoleh penulisan yang baik dan runtut, sistematika penulisan di dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, yaitu :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, serta sistematika pembahasan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini penulis akan mendeskripsikan tinjauan umum mengenai konsep pemasaran, pemasaran viral dan pemasaran syariah. Dan menguraikan teori –teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, meliputi pengertian masing-masing konsep pemasaran, penerapan proses pemasaran dan perspektif aktifitas pemasaran perusahaan yang sesuai dengan prinsip – prinsip syariah.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini peneliti akan mencoba menguraikan tentang tempat atau lokasi penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang analisis menyeluruh atas penelitian yang dilakukan, peneliti akan mencoba menguraikan deskripsi tentang subjek penelitian dan pemasaran viral yang Iwak.me terapkan dalam perspektif pemasaran syariah.

### **BAB V PENUTUP**

Penutup merupakan bagian akhir dari penulisan literatur ini. Bagian ini memuat kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Selain itu juga berisi saran dari penulis yang ditujukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh peneliti

