

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian mengenai aplikasi *viral marketing* pada Iwak.me Yogyakarta dalam perspektif pemasaran syariah, dapat diambil beberapa kesimpulan yang merupakan jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini, yaitu praktik *viral marketing* oleh Iwak.me ditinjau melalui perspektif pemasaran syaria'ah dianalisis melalui 3 kesesuaian faktor, yaitu :

Pertama, strategi pemasaran syariah dengan indikator *segmentation*, *targetting*, dan *positioning*. Pada indikator *segmentation* Iwak.me mensegmenkan produknya kepada masyarakat kota – kota besar seperti Yogyakarta yang telah dipahami kondisi geografisnya oleh manajemen Iwak.me didukung oleh demografi dan psikografi masyarakat Yogyakarta yang terbuka akan inovasi dan metode *segmnetation* yang digunakan berusaha mengikuti cara Rasulullah SAW. Untuk indikator *targeting* Iwak.me telah melakukan proses yang terukur bagi golongan anak muda yang baru memiliki pemasukan maupun golongan umum yang telah mapan sebagaimana sifat produk yang inklusif mencontoh cara Nabi Muhammad SAW membidik berbagai segmen. Selanjutnya *positioning* yang dilakukan Iwak.me menampilkan *social value* yang dimilikinya kepada benak konsumen sehingga tergerak untuk berinvestasi, hal ini sebagaimana positioning Rasulullah yang menonjolkan alasan untuk berdagang dengan beliau.

Kedua, taktik pemasaran syariah dengan indikator *differentiation*, *marketing mix*, dan *selling*. Pada indikator *differentiation* taktik yang digunakan Iwak.me adalah memberikan poin unik sebagai produk investasi yang unik, *mobile friendly*, dan visi sosial yang dilakukan dengan penuh

gairah, progresif, dan proaktif untuk memberikan dampak positif sesuai semangat pemasaran syariah. Untuk indikator *marketing mix* Iwak.me mengkombinasikan bauran pemasaran berupa produk yang jelas dan memiliki keunggulan sebagai investasi sosial, harga berupa nilai investasi yang terjangkau dengan fasilitas lengkap, promosi yang informatif dan konten yang baik, serta lokasi yang strategis dan menjaga keharmonisan dengan berbagai mitra bisnis. Terakhir pada aktifitas penjualan, Iwak.me menggunakan metode *soft selling* dimana dilakukan secara simpatik untuk mewujudkan kesepakatan yang saling ridho.

Ketiga, nilai pemasaran syariah dengan indikator *brand*, *process*, dan *service*. Untuk indikator *brand* Iwak.me secara visual dari logo dan atribut perusahaan menunjukkan semangat melakukan kebaikan. Tetapi dari sisi marketer belum sepenuhnya mengikuti ketentuan syariah seperti menunjukkan busana yang syar'i dari *marketer* yang dimiliki Iwak.me. Pada indikator *process* Iwak.me sangat memperhatikan kualitas dari setiap langkah pemasaran produk dengan menyiapkan *quality assurance* dan memfasilitasi penjelasan lengkap bagi para investor melalui *expert* yang sesuai dengan informasi yang dibutuhkan. Terakhir pada indikator *service* Iwak.me menyediakan layanan yang komplit dalam pemasaran viralnya untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat. Meskipun dalam pelaksanaannya *service* yang dilakukan Iwak.me masih memberikan kekecewaan seperti tidak memberikan *fast response* yang dibutuhkan, sehingga menyebabkan keluhan dan komplain. Dengan poin – poin pada pemasaran syariah tersebut, pemasaran viral yang telah dipraktikan oleh Iwak.me cukup mensinergikan hal tersebut, sehingga hasil analisis menunjukkan bahwa aplikasi *viral marketing* oleh Iwak.me Yogyakarta cukup sesuai dengan beberapa perspektif pemasaran syari'ah dan masih ada beberapa yang belum sesuai dengan perspektif pemasaran syari'a.

B. Saran

1. Praktik pemasaran viral yang telah dilakukan oleh Iwak.me Yogyakarta telah tersusun secara sistematis, mulai dari produk investasi dan *value* yang ingin dipasarkan, proses dalam menciptakan kondisi viral sehingga media massa secara sukarela mem-*blow up* informasi mengenai Iwak.me, sampai support dan inovasi dari team Iwak.me terutama bagian pemasaran guna melakukan *engagement* dengan banyak investor. Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, saran untuk meningkatkan pemasaran viral yang telah dilakukan oleh Iwak.me adalah perlunya juga menampilkan *profile* investor sebagai bagian dari orang yang telah terlibat dalam investasi tersebut pada *platform* media yang dimiliki oleh Iwak.me, seperti contohnya adalah instagram. Iwak.me juga dapat memberikan sertifikat sebagai tanda keterlibatan.
2. Aplikasi pemasaran viral yang telah dilakukan oleh Iwak.me perlu dipertahankan konsistensinya, Iwak.me perlu memperbanyak konten – konten kreatif yang bersifat memberikan edukasi kepada para calon investor. Selain itu presisi waktu dalam merespon pertanyaan atau komentar juga perlu diperhatikan hal tersebut bisa didukung dengan melakukan program perekrutan maupun *internship* yang secara khusus memiliki spesialisasi dalam *viral marketing* yang banyak terkena sentuhan digital seperti *SEO specialist*, *social media* dan *media relation officer*. Iwak.me juga perlu mengkolaborasikan visi dan misi sosialnya dengan nilai – nilai religiusitas dalam Islam sehingga tercipta *brand* sebagai salah satu *spiritual company* di Indonesia hal tersebut guna merebut segmen investor muslim yang juga besar dan trend ekonomi Islam yang telah menjadi bagian dalam gaya hidup masyarakat sebagai wujud dari Muslim yang *kaffah*, usaha tersebut harus didukung oleh setiap bagian dari Iwak.me, agar penerapan dari konsep pemasaran syari'ah dapat mewujudkan kemaslahatan besar bagi umat islam.