

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pemasaran shopee affiliate melalui instagram dapat dilakukan dengan memperhatikan target pasar atau sasaran konsumen, *trend* pemasaran, dan kondisi lapangan. Target pasar dilakukan dengan fokus terhadap apa yang konsumen butuhkan dan apa yang paling banyak diminati oleh konsumen. Sedangkan *trend* pemasaran dapat ditempuh dengan cara meningkatkan kualitas dan inovasi konten yang digunakan untuk melakukan pemasaran. Kondisi lapangan digunakan oleh *member* untuk mengetahui waktu atau jam-jam yang rawan pengguna instagram sedang online sehingga interaksi antar pengguna bisa lebih banyak dan dapat menjangkau konsumen lebih luas. *Review* produk juga diperlukan agar konsumen dapat memahami secara langsung mengenai kelebihan dan kekurangan produk tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam proses pembelian. Strategi pemasaran menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena dalam suatu bisnis atau usaha pemasaran mempunyai peran utama dalam menarik dan mempengaruhi minat konsumen.
2. Pemasaran shopee affiliate di instagram dapat dikatakan optimal karena strategi pemasaran sudah dijalankan secara baik dan benar, serta dapat memanfaatkan fitur dan fasilitas yang disediakan oleh instagram secara maksimal dalam proses promosi. Hal utama yang membuat pemasaran dapat dikatakan optimal yaitu karena target konsumen yang tepat sasaran.
3. Pemasaran shopee *affiliate marketing* melalui media sosial instagram sudah dilakukan oleh *member shopee affiliate* sesuai dengan perspektif ekonomi islam. Dalam melakukan pemasaran, *member shopee affiliate* telah memperhatikan prinsip-prinsip dan implementasi syariah seperti produk, harga, promosi, dan distribusi. Kemudian dalam melakukan strategi pemasaran, para *member* telah menjunjung tinggi nilai-nilai etika bisnis islam sesuai dengan ajaran Rasulullah yaitu *sidiq, amanah, fathanah, dan tabligh*. Selain itu, *member* juga menggunakan konsep pemasaran yang dilandasi dasar kejujuran, amanah, toleransi, dan keramah tamahan. Karakteristik pemasaran *shopee affiliate program* melalui instagram yang dilakukan oleh *member shopee affiliate* berlandaskan pada karakteristik pemasaran islam, yaitu

Ketuhanan (*Rabbaniyyah*), Etis (*Akhlaqiyyah*), Realistis (*Al-Waqi'iyah*), dan Humanitis (*Insaniyyah*).

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan, skripsi ini terdapat kekurangan sehingga kedepannya bisa diperbaiki oleh peneliti berikutnya. Ketertabatan penelitian ini adalah:

1. Pemasaran shopee affiliate melalui instagram, penulis belum menemukan jawaban yang maksimal sehingga pemasaran tersebut dapat dikatakan optimal. Karena makna optimalisasi sangat luas sesuai dengan konteksnya, maka penulis menyajikan hasil penelitian sesuai dengan realita yang terjadi dilapangan.
2. Selama menyusun skripsi ini, peneliti menyadari betul akan keterbatasan dalam menganalisis makna optimalisasi. Keterbatasan penelitian tersebut berupa referensi optimalisasi dalam pemasaran shopee affiliate program.

C. Saran-saran

Perkembangan teknologi membawa banyak pengaruh besar terhadap perkembangan suatu bisnis terutama dalam bidang pemasaran. Sosial media menjadi wadah utama yang digunakan dalam proses promosi online dengan menghadirkan fitur serta fasilitas penunjang, instgram merupakan aplikasi yang paling banyak diminati. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memiliki beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. *Member* yang bergabung dalam *shopee affiliate program* diharapkan dapat memanfaatkan media sosial instagram serta fitur-fitur yang disediakan secara maksimal dalam proses promosi dan pemasaran.
2. Perlunya pemahaman ilmu mengenai strategi pemasaran bagi *member* terkhusus pemahaman mengenai pemasaran secara online sebagai penunjang dalam kegiatan promosi.
3. Konsisten dan inovasi dalam pembuatan konten promosi harus lebih di tingkatkan agar dapat bersaing secara sehat dengan kompetitor lain.