

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian kualitatif yang menggunakan beberapa teknik, yaitu metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan meneliti online shop dan juga influencer Kota Palembang mengenai peran influencer terhadap perkembangan online shop di era digitalisasi dalam perspektif ekonomi islam. Sehingga dapat diambil beberapa kesimpulan yang dipaparkan sebagai berikut :

1. Kesuksesan atau kegagalan seorang pelaku usaha dipengaruhi karena adanya perilaku dan karakteristik yang dimiliki seseorang yaitu percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko dan menyukai suatu tantangan, adanya jiwa kepemimpinan, suatu usaha mempertahankan keaslian dan berorientasi pada masa depan. Adanya perkembangan teknologi membuat pelaku usaha memanfaatkan peluang usaha secara online di era digitalisasi. Semakin meningkatnya daya saing usaha maka semakin beragam inovasi yang hadir. Salah satunya bekerja sama dengan influencer yang terbilang menjanjikan. Meskipun banyak keuntungan didapat, melalui kerja sama dengan influencer ini ada juga online shop yang merasa tidak berdampak baik. Hal tersebut dikarenakan kurang adanya inovasi atau belum siap bersaing dipasar yang lebih menguntungkan konsumennya. Banyaknya pelaku usaha yang kurang akan pengetahuan dan tidak meningkatkan inovasi dalam membangun bisnis, sehingga perlunya

membangun produk yang memiliki nilai jual tinggi dengan memanfaatkan jaringan internet.

2. Pengaruh jumlah pengikut atau penggemar influencer yang cukup signifikan, maka hal ini menjadi target para pelaku usaha dalam memperkenalkan produknya. Banyaknya aktivitas yang dilakukan masyarakat di jaringan internet sehingga setiap pelaku usaha mengikuti perkembangan era digital dengan mengembangkan usahanya serba online. Melalui adanya konten iklan produk hasil kerja sama antara pelaku usaha dan influencer, maka peran influencer tersebut dapat mempengaruhi keputusan minat beli calon konsumen. Dalam pandangan islam kerja sama dalam bentuk endorse antara influencer dengan suatu usaha diperbolehkan, jika selebgram tersebut berdasarkan ajaran-ajaran agama islam. Apabila influencer mempromosikan yang isinya terdapat penipuan atau memanipulasi fakta maka tidak diperbolehkan dalam syariat islam. Sehingga peran influencer dalam mengembangkan kewirausahaan diperbolehkan islam jika memiliki manfaat untuk masyarakat dan tidak merugikan satu sama lain.
3. Perubahan teknologi di era digitalisasi menghadirkan *platform* maupun media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Blogspot, bahkan youtube. Beberapa media sosial ini menjadi kesempatan emas untuk influencer memberikan pendapat, saran maupun kritik yang dapat mempengaruhi publik. Adanya media sosial ini terciptanya kerja sama antara influencer dan pelaku usaha yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan mendapatkan keuntungan. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut maka *celebrity*

endorser mempunyai kredibilitas tiga dimensi yang harus dipenuhi yaitu daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan Keahlian (*expertise*). Namun, tidak sedikit tantangan yang dihadapi seorang influencer ketika bekerja sama dengan wirausaha. Adapun tantangan yang dihadapi dalam memenuhi kredibilitas tiga dimensi tersebut yaitu adanya sikap untuk profesionalitas dalam bekerja atau berkonten, menghadapi kritikan para pengguna akun atau netizen, kemudian tantangan saat memberikan *review* suatu produk dengan efektif namun produknya tidak optimal, dan tantangan ketika mengendalikan pengaruh era digital dalam kebebasan menghasilkan karya. Dengan mengatasi tantangan tersebut menjadi tolak ukur pengguna media sosial. baik itu tepengaruh akan promosinya dan memutuskan untuk membeli atau para pelaku usaha untuk mengajak kerja sama.. Semakin canggihnya teknologi semakin pesatnya persaingan kewirausahaan. Banyaknya strategi yang digunakan membuat pelaku usaha bekerja sama dengan influencer. Melalui daya tarik, kepercayaan, dan juga keahlian influencer dapat membantu dalam meningkatkan perkembangan kewirausahaan dengan mengubah tantangan menjadi peluang.

B. Saran

Berdasarkan dengan kesimpulan hasil penelitian diatas maka perlunya peneliti memberikan saran pada pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu :

1. Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang untuk menangani usaha, menerapkan cara kerja, teknologi maupun produk baru dengan meningkatkan

efisiensi yang berguna sebagai memberikan pelayanan yang lebih baik dan mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Saat ini banyaknya usaha yang baru mulai merintis dengan menggunakan layanan teknologi sebagai alat pemasar yang dilakukan secara online. Sehingga memudahkan untuk memulai suatu promosi bisnis dan menciptakan bermacam inovasi yang menghasilkan keuntungan. Selain menerapkan jiwa-jiwa kewirausahaan dan selalu berinovasi dengan usahanya, melalui kerja sama dengan influencer dapat mempromosikan produk dengan konten iklan dapat memperkenalkan suatu produk atau usaha ke calon konsumen. Namun, pentingnya pelaku usaha memilih influencer yang memiliki pengaruh dalam mempromosikan sehingga mendapat *feedback* yang sesuai. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha harus memanfaatkan peluang yang ada dan terus menambah wawasan dalam meningkatkan pengembangan suatu kewirausahaan.

2. Dalam transaksi jual beli merupakan sesuatu diperbolehkan jika sesuai dengan syariat ajaran agama islam. Sama halnya saat mempromosikan brand atau produk melalui influncer atau selebgram harus berdasarkan ketentuan ekonomi islam yaitu kejujuran serta tanggung jawab yang berkaitan dengan keberhasilan dalam penjualan suatu produk tersebut. Saat memilih selebriti instagram biasanya melihat dari jumlah followers dan ketenaran dari selebgram sehingga memiliki dampak cukup signifikan pada usaha tersebut. Melalui konten yang influencer sampaikan dengan menggunakan bahasa yang sopan, menjamin keamanan suatu produk melalui adanya izin BPOM serta label halal, kemudian menjaga aurat, tidak mengandung fitnah dengan

membandingkan produk yang dipromosikan dengan produk lainnya, serta memberikan pujian yang sebenarnya tanpa ada kebohongan sehingga promosi ini diperbolehkan. Jika tata cara tersebut dilanggar maka dapat merugikan konsumen, karena bisa membahayakan jika konsumen tertarik untuk membelinya. Berdasarkan hal tersebut seorang influencer atau selebgram harus selektif dalam memilih kerja sama produk. Meskipun membantu dalam meningkatkan perkembangan usaha, tetapi juga harus mementingkan kepuasan serta keselamatan konsumen.

3. Tidak sedikit tantangan yang dihadapi seorang influencer ketika bekerja sama dengan wirausaha. Untuk mendapatkan daya tarik dari para pengguna media sosial para influencer harus memberikan pengaruh melalui sikap profesionalitasnya saat berkonten dengan keadaan apapun sesuai dengan topik yang ia bahas. Sehingga menghasilkan ketertarikan untuk menontonnya, influencer sebaiknya membenah dan mengintropeksi diri agar tidak terciptanya komentar buruk yang membuat menurunnya semangat dalam berkarya. Kemudian dalam bekerja sama sebaiknya lebih selektif memilih produk yang akan di promosikan untuk mendapatkan kepercayaan serta kemandirian konsumen. Selain itu, influencer dapat membatasi baik buruknya dalam menggunakan media sosial sehingga tidak melupakan norma-norma dalam memanfaatkan kemajuan teknologi. Semakin canggihnya teknologi semakin banyak perubahan bahkan meningkatnya persaingan kewirausahaan. Sehingga banyaknya strategi yang digunakan membuat pelaku usaha bekerja sama dengan influencer.