

**PEMANFAATAN *CONTENT DIGITAL* SEBAGAI ALAT *MARKETING*
PADA ERA *INDUSTRY 4.0* DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS DHYHIJAB JOMBANG)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

ELYSA AYU FATMAH

9341.342.19

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KEDIRI**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Dengan Judul

**PEMANFAATAN *CONTENT DIGITAL* SEBAGAI ALAT *MARKETING*
PADA ERA *INDUSTRY 4.0* DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS DHYHIJAB JOMBANG)**

Oleh:

ELYSA AYU FATMAH

9341.342.19

Disetujui oleh:

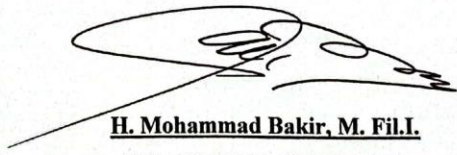
Pembimbing I



Moch. Zainuddin, M.EI

NIDN. 2130108301

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M. Fil.I.

NIP. 19730713 199703 1 003

NOTA DINAS

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kediri, 12 Juni 2023

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel 7 – Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Elysa Ayu Fatmah
NIM : 9344134219
Judul : Pemanfaatan *Content Digital* Sebagai Alat *Marketing* Pada Era *Industry 4.0* Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus Dhyhijab Jombang)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya. Dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

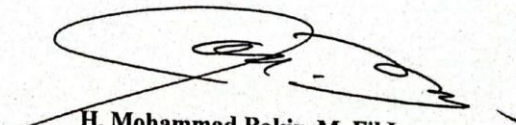
Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Moch. Zainuddin, M.EI
NIDN. 2130108301

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M. Fil.I.
NIP. 19730713 199703 1 003

NOTA PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kediri, 18 Juli 2023

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Jl. Sunan Ampel 7 – Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Elysa Ayu Fatmah

NIM : 9344134219

Judul : Pemanfaatan *Content Digital* Sebagai Alat *Marketing* Pada Era *Industry 4.0* Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus Dhyhijab Jombang)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 11 Juli 2023 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Moch. Zainuddin, M.EI

NIDN. 2130108301

Pembimbing II



H. Mohammad Bakir, M. Fil.I.

NIP. 19730713 199703 1 003

HALAMAN PENGESAHAN

PEMANFAATAN *CONTENT DIGITAL* SEBAGAI ALAT *MARKETING*
PADA ERA *INDUSTRY 4.0* DITINJAU DARI PEMASARAN SYARIAH
(STUDI KASUS DHYHIJAB JOMBANG)

ELYSA AYU FATMAH
NIM. 9341.342.19

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 11 Juli 2023

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Yuliani, SE, MM

NIP. 19840710 201903 2 009

(.....)

2. Penguji I

Moch. Zainuddin, M.EI

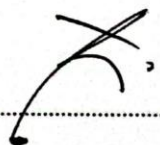
NIDN. 2130108301

(.....)

3. Penguji II

Yopi Yudha Utama, SE, MSA.

NIP. 19920622 201903 1 008

(.....)

Kediri, 18 Juli 2023

Dean Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri



Imam Anas Musalihin, MHI

NIP. 19750101 199803 1 002

(.....)

HALAMAN MOTTO

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مِنْ أَمْرِهِ يُسْرًا

**"Dan barang siapa bertakwa kepada Allah, niscaya Dia menjadikan
kemudahan baginya dalam urusannya."**

(QS. At-Talaq 65: Ayat 4)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam yang senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan rasa syukur, saya persembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan sayangi, yaitu Bapak Mansyur dan Almarhummah Ibu Umi Fatimah yang telah membesarkan, memberi kasih, menyayangi, mendidik, mendukung, memotivasi, mendoakan, dan memberikan apapun yang terbaik demi kebahagiaan dan kesuksesan saya dengan setulus hati.
2. Ketiga kakak saya, Sis Wahyudi, Ulun Nasrudin, dan Idris Afandi dan kakak-kakak ipar saya, Kustiya Ririn, Putri Nurcahyanti, dan Natasyafir Riski yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi beserta doanya. Serta, adik-adik keponakan saya yang telah memberi semangat.
3. Ibu Sainem dan Bapak Ngatuwi yang telah memberikan dukungan dan doanya.
4. Bapak Moch. Zainuddin, M. EI. dan Bapak H. Muhammad Bakir, M. Fil.I., selaku dosen pembimbing skripsi saya, terimakasih atas bimbingan, ilmu, waktu, dukungan, motivasi, dan doa yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kak Fansah Adila dan Kak Indi Anin Andika selaku *owner* dari Dhyhijab serta karyawan-karyawan Dhyhijab Jombang, terimakasih telah memberikan kesempatan, izin, dan meluangkan waktu serta tenaganya untuk membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat saya yaitu Binti Khoirun Nisa', Faradilla Masna Ramadhani, Helda Fernanda, Devi Umrotin Khasanah, dan Nanda Zahiro Ar-Ridlo, yang selalu membantu, memberikan semangat, saran, dukungan, motivasi, keceriaan, memberikan waktu untuk berkeluh kesah, serta doa yang telah diberikan hingga sampai di titik ini.
7. Teman-teman Ekonomi Syariah kelas I 2019 atas dukungan dan semangatnya.

ABSTRAK

ELYSA AYU FATMAH, Dosen Pembimbing Moch. Zainuddin, M.EI dan H. Mohammad Bakir, M.Fil.I. Pemanfaatan *Content Digital* Sebagai Alat *Marketing* Pada Era *Industry* 4.0 Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus Dhyhijab Jombang). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri, 2023.

Kata Kunci: Pemanfaatan, *Content Digital*, *Marketing* Era 4.0, Pemasaran Syariah

Adanya perkembangan trend dalam dunia bisnis pada era *digital industry* 4.0 memberikan peluang untuk para pelaku usaha dalam memanfaatkan media *digital* berupa internet khususnya sebagai alat untuk menampilkan *content digital* sebagai alat pemasaran mereka. Pada era *digital* ini, *marketing* dilakukan dengan memanfaatkan konten-konten yang menarik sesuai dengan mengikuti perkembangan zaman dan keinginan masyarakat untuk mendapatkan interaksi dan *feedback* yang baik.

Namun, hal ini tetap saja cara pemanfaatan konten-konten tersebut terkadang menyimpang dari prinsip-prinsip syariah dalam langkah membangun konsistensi dan keunikan konten yang diciptakan seperti berlebihan dalam membuat konten hingga merugikan orang lain. Dari hal tersebut, peneliti bermaksud menganalisa lebih jauh mengenai Pemanfaatan *Content Digital* Sebagai Alat *Marketing* Pada Era *Industry* 4.0 Ditinjau Dari Pemasaran Syariah di Dhyhijab Jombang untuk mengetahui pemanfaatan *content digital* yang sesuai dengan pemasaran syariah meskipun harus mengikuti perkembangan zaman.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini yaitu 1) Pemanfaatan *content digital* Dhyhijab sebagai alat *marketing* pada era 4.0 saat ini, yaitu berupa konten edukasi seperti video tutorial memakai hijab, konten informasi yang berisikan informasi mengenai detail produk berupa foto katalog *outfit* Dhyhijab, konten hiburan yang berupa video *point of view*, *giveaway*, dan *dance cover* yang diciptakan oleh *influencer* atau konten kreator, dan terdapat konten testimoni atau konten yang berisi *review* produk dari Dhyhijab sendiri, pelanggan, dan juga *influencer*. Pemanfaatan konten tersebut disesuaikan dengan pemilihan tempat yang menarik dan estetik serta siklus waktu yang sesuai dengan jam aktifnya pengguna *instagram*, dengan konsisten memanfaatkan konten serta mengikuti trend yang disukai para *customer* agar konten-konten Dhyhijab dapat dengan mudah menarik *audiens* dan mendapatkan *feedback* yang baik berupa interaksi dan volume produk yang terjual. 2) Pemanfaatan konten Dhyhijab sebagai alat pemasarannya pada era industri 4.0 sudah sesuai dan berpegang teguh terhadap karakteristik nilai-nilai *Rabbaniyah*, *Akhlaqiyyah*, *Waqi'iyah*, dan, *Insaniyyah*. Dengan adanya konten-konten tersebut dapat menumbuhkan kepercayaan, menciptakan kesadaran, meningkatkan ketertarikan, dan membangun ketertarikan serta hubungan yang baik antara Dhyhijab dengan pelanggan atau *customer*.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pemanfaatan *Content Digital* Sebagai Alat *Marketing* Pada Era *Industry 4.0* Ditinjau Dari Pemasaran Syariah (Studi Kasus Dhyhijab Jombang)” ini dapat terselesaikan dengan baik dan bisa digunakan sebagai prasyarat akhir dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) IAIN Kediri.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menemui beberapa hambatan. Hal tersebut disebabkan terbatasnya kemampuan penulis, yang kemudian menuntut penulis untuk menambah wawasan keilmuan yang lebih luas dari berbagai pihak untuk membantu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Wahidul Anam, M. Ag., selaku Rektor IAIN Kediri.
2. Bapak H. Imam Anas Muslihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, M.Hum., selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
4. Bapak Moch. Zainuddin, M.El., selaku dosen pembimbing I serta wali studi penulis dan Bapak H. Muhammad Bakir, M. Fil.I., selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, memberikan masukan, motivasi, dan arahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak dan ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
6. Kak Fansah Adila dan Kak Indi Anin Andika, serta karyawan Dhyhijab Jombang yang berkenan memberikan waktu, ilmu, dan informasi terkait dengan pengerjaan skripsi ini
7. Kepada kedua orang tua, kakak, keluarga, sahabat, teman-teman yang telah memberikan doa restu, semangat, dukungan, bimbingan, motivasi dan kritik saran demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berharap kepada semua pihak yang membaca, agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi para pembaca umumnya.

Kediri, 12 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS.....	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Penelitian Terdahulu	13
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Definisi Pemanfaatan	17
B. Teori <i>Digital Content Marketing</i>	17
1. Definisi <i>Digital Content Marketing</i>	17

2. Manfaat <i>Digital Content</i>	19
3. Tujuan <i>Content Digital</i>	20
4. Langkah-Langkah Pembuatan <i>Content Digital</i>	20
5. Jenis-Jenis <i>Digital Content Marketing</i>	23
C. <i>Marketing Tools</i>	24
1. Definisi <i>Marketing Tools</i>	24
2. Evolusi <i>Marketing Tools</i>	25
3. Perbedaan Tradisional <i>Marketing</i> dan <i>Digital Marketing</i>	27
D. <i>Marketing</i> Pada Era <i>Industry 4.0</i>	28
1. Definisi Era <i>Industry 4.0</i>	28
2. <i>Marketing 4.0</i>	28
3. Jalur Pelanggan Dalam <i>Marketing 4.0</i>	31
E. Pemasaran Syariah	33
1. Definisi Pemasaran Syariah	33
2. Karakteristik Pemasaran Syariah	35
3. Etika Pemasaran Syariah.....	38
4. Promosi Dalam Pemasaran Syariah	41
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	44
B. Kehadiran Peneliti	45
C. Lokasi Penelitian	45
D. Data dan Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	46
F. Pengecekan Keabsahan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data.....	51
H. Tahap-Tahap Penelitian	53

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN.....	55
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
1. Profil Usaha.....	55
2. Sejarah Berdirinya Dhyhijab Jombang	57
3. Visi dan Misi.....	58
4. Susunan Organisasi dan Tugas Pokok Dhyhijab	59
B. Paparan Data	62
1. <i>Content Digital</i> Sebagai Alat <i>Marketing</i> Era <i>Industry</i> 4.0 Dhyhijab..	62
2. Pemanfaatan <i>Content Digital Marketing</i> Ditinjau Dari Pemasaran Syariah.....	83
C. Temuan Penelitian.....	87
BAB V HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN	89
A. Pemanfaatan <i>Content Digital</i> Sebagai Alat <i>Marketing</i> Pada Era <i>Industry</i> 4.0 Dhyhijab Jombang	89
B. Pemanfaatan <i>Content Digital</i> Sebagai Alat <i>Marketing</i> Pada Era <i>Industry</i> 4.0 Dhyhijab Jombang Ditinjau Dari Pemasaran Syariah.....	101
BAB VI PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 UKM <i>Fashion</i> Wanita di Jombang Per Bulan Februari 2023.....	7
Tabel 4.1 Jenis Produk dan Rentan Harga	57
Tabel 5.1 Jumlah Interaksi Postingan Dhyhijab Tahun 2023 Per Bulan Januari- April.....	100
Tabel 5.2 Volume Penjualan Produk Yang Terjual Tahun 2023	100

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi Dhyhijab Jombang	59
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Offline Store</i> Dhyhijab	55
Gambar 4.2 Klasifikasi Demografi Pengikut @dhyhijab	64
Gambar 4.3 Klasifikasi Gender Pengikut @dhyhijab.....	65
Gambar 4.4 Akun <i>Instagram</i> Dhyhijab.....	69
Gambar 4.5 Postingan Konten Edukasi	73
Gambar 4.6 Komentar Postingan	74
Gambar 4.7 Postingan Konten Hiburan	75
Gambar 4.8 Postingan Konten Informasi.....	76
Gambar 4.9 <i>Review Model</i>	79
Gambar 4.10 <i>Review Pelanggan dan Influencer</i>	79
Gambar 4.11 Komentar Postingan Katalog Produk.....	82
Gambar 4.12 Konten Ajakan Beribadah	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Surat Izin Riset / Penelitian

Lampiran 3. Lembar Bimbingan Konsultasi Dosen Pembimbing 1

Lampiran 4. Lembar Bimbingan Konsultasi Dosen Pembimbing 2

Lampiran 5. Foto-Foto Dokumentasi

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup