

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA BUSINESS CENTER HALAL
NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR ALWAHIDA
INDONESIA PEKANBARU 4 DALAM MENGHADAPI
VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPLEXITY, DAN
AMBIGUITY (VUCA)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum**



SEPTY RAHMA DWI
NIM. 11920520264

**PROGRAM S 1
EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

2023 M/1444 H



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “ *Strategi Digital Marketing Industri Halal pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 dalam menghadapi Volatility, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity (VUCA) di era Society 5.0*” yang di tulis oleh:

Nama : Septy Rahma Dwi
 NIM : 11920520264
 Jurusan : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Juni 2023

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Syaiful Rizal, SE, M.Sc.Ak
 NIP. : 19801216 200912 1 002

Pembimbing Metodologi

Mhd. H. Abdi Almaktsur, M.A
 NIP. : 19720701 199803 1 003

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA BUSINESS CENTER HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA PEKANBARU 4 DALAM MENGHADAPI VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPLEXITY DAN AMBIGUITY (VUCA)**”, yang ditulis oleh:

Nama : SEPTY RAHMA DWI
NIM : 11920520264
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 5 Juli 2023
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 5 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Nurnasrina, M.Si

Sekretaris
Musnawati, SE. M.Ak

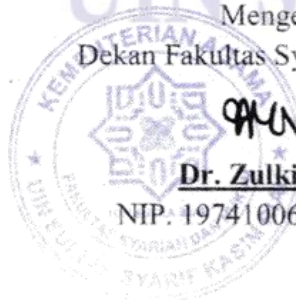
Penguji I
Bambang Hermanto, M.Ag

Penguji II
Dr. Syahpawi, SE. M.Ak

Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum


Dr. Zulkifli M. Ag

NIP. 19741006 200501 1 005





SURAT PERNYATAAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip, sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

: Septy Rahma Dwi
 : 11920520264
 : Mahato, 04 September 2000
 : Syariah dan Hukum
 : Ekonomi Syariah

**PELAKSANAAN PERATURAN DAERAH NOMOR 12 TAHUN 2008
 TENTANG KETERTIBAN SOSIAL OLEH DINAS SOSIAL
 DIKECAMATAN BINAWIDYA KOTA PEKANBARU
 DITINJAU DARI FIQH SIYASAH**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.

Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundangan-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Juni 2023
 Yang Membuat Pernyataan,



Septy Rahma Dwi
 NIM : 11920520264

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Septy Rahma Dwi (2023):“Strategi *Digital Marketing* pada *Business Center Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4* dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity* (VUCA)”.

Saat ini kita sudah berada di era dimana internet tidak hanya berguna untuk memudahkan proses bisnis, berbagi informasi, melainkan juga untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Namun, salah satu pengaruh yang terjadi di era teknologi saat ini yaitu adanya masalah kondisi *Volatility* (bergejolak), *Uncertainty* (ketidakpastian), *Complexity* (kompleks), dan *Ambiguity* (ambigu). Kondisi ini disebut juga dengan VUCA. Pada kondisi ini suatu perusahaan harus melakukan strategi tertentu terhadap kemajuan teknologi termasuk perusahaan industri halal. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4* dalam menghadapi *volatility, uncertainty, complexity* dan *ambiguity* (VUCA) dan tantangan yang ada di era saat ini pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4.

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Sumber yang di pakai melalui sumber primer yaitu melakukan wawancara terhadap 1 owner BC HNI Pekanbaru 4 dan 2 staff karyawan BC HNI Pekanbaru 4, dan sumber sekunder data yang diperoleh dari sumber yang telah ada berupa literatur, daftar bacaan, dan referensi yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini. Teknik yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwasannya dalam menjalankan strategi pemasaran digitalnya pada kondisi *volatility* strategi yang dilakukan HNI yaitu mereka telah menyiapkan media digital seperti *website*, beberapa aplikasi resmi HNI seperti HSIS Mobile, HNI mobile, resep herba HNI HPAI, HNI Event, dan aplikasi lainnya. pemasaran terbesar BC HNI Pekanbaru 4 melalui *whatsapp* dan juga mendukung para mitra HNI untuk turut aktif di sosial media. PT HNI-HPAI juga turut aktif di sosial media. pada kondisi *uncertainty* strategi yang dilakukan yaitu memanfaatkan aplikasi digital dan sosial media dalam mendapatkan informasi *terupdate*. Pada kondisi *complexity* strategi yang dilakukan yaitu mencari pengelola khusus yang ahli dibidang digital marketing. Pada kondisi *ambiguity* strategi yang dilakukan yaitu memperluas edukasi kepada para generasi milenial saat ini yang mahir dalam menggunakan teknologi dan media digital. Adapun tantangan yang ada di era saat ini adalah harus siap dengan kehadiran teknologi, aktif dan mampu mengelola sosial media, inovasi produk, dan terus mengupgrade skill mengikuti perkembangan zaman.

Kata kunci : *Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan rasa syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah *Subhanahu Wata'ala* yang senantiasa selalu memberikan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya berupa petunjuk, pertolongan, kesempatan, kesehatan dan kasih sayang-Nya. Shalawat dan salam kepada baginda Nabi Muhammad *Shallallahu'Alaihi Wasallam* yang telah membawa umat manusia dari zaman *jahiliyah* menuju zaman yang penuh dengan keimanan dan juga ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta kebekahannya-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Digital Marketing pada Business Center Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi Volatility, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity (VUCA)”** merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan penuh rasa syukur pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih dan rasa hormat kepada:

1. Ayahanda tercinta Suyono, ibunda tercinta Rasiyem dan saudara saya M. Dian Kurniawan, Tutut Aseh, Jeni Rahma Triani, dan beserta keluarga saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bantuan moral maupun moril serta selalu memberikan semangat do'a dan restu dalam penyelesaian skripsi ini.

2. Prof. Dr. Hairunas, M. Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Prof. Dr. Hj. Helmiati, M. Ag, Wakil Rektor I, Dr. H. Mas'ud Zein, M. Pd, Wakil Rektor II, dan Prof. Edi Erwan, S. Pt, M. Sc, Ph. D, Wakil Rektor III, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memfasilitasi penulis dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN SUSKA Riau, beserta Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman Gani, M. Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. Mawardi, S. Ag., M. Si, dan Wakil Dekan III Ibu Dr. Sofia Hardani, M. Ag.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S. Ag., M. Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah beserta Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah yang selalu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan kepada penulis selama menimba ilmu di kampus Uin Suska Riau.
5. Ibu Dr. Rozi Andrini, M. E selaku Penasehat Akademik (PA) Penulis, yang telah memberikan bimbingan dan semangat selama Penulis menempuh perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak dan Bapak H. Mhd. Abdi Almaksur, M. A yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga bisa diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Para bapak dan Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan masukan, kritikan dan saran sehingga dapat Penulis jadikan bekal dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak kepala perpustakaan Al-Jami'ah UIN Suska Riau beserta karyawan yang telah menyediakan buku-buku literatur kepada penulis.
9. Keluarga besar Ekonomi Syariah angkatan 2019, dan RTQ Jabal Qur'an, yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menjalani skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.
10. Teman baikku Mahfuzh Amin S.E, Juni Astuti S.Ag, Eka Sulastri S.E, Melisa Rahmadani S.Pd yang sudah seperti saudara selama kuliah, sudah memberikan bantuan, motivasi serta doa yang terbaik untuk Penulis.
11. Kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Terima kasih untuk waktu, dukungan, semangat, dan motivasi yang diberikan sehingga dapat menambah kekuatan di saat penulis mulai gundah. Akhirnya Penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Kritik dan saran yang bersifat membangun sangat Penulis harapkan dari pembaca, semoga Allah subhanahuwa Ta'ala meridhoi usaha Penulis. Aamiin ya Rabbal'Alamin.

Pekanbaru, 09 Juni 2023

Septy Rahma Dwi
NIM: 11920520264



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kerangka Teoritis	11
1. Pengertian Strategi <i>Digital Marketing</i>	11
2. Pengertian <i>Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity</i> (VUCA)	21
a. <i>Volatility</i>	21
b. <i>Uncertainty</i>	23
c. <i>Complexity</i>	25
d. <i>Ambiguity</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	36
C. Waktu Penelitian	36
D. Subjek dan Objek Penelitian	37
E. Informan Penelitian	37
F. Sumber Data.....	38

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

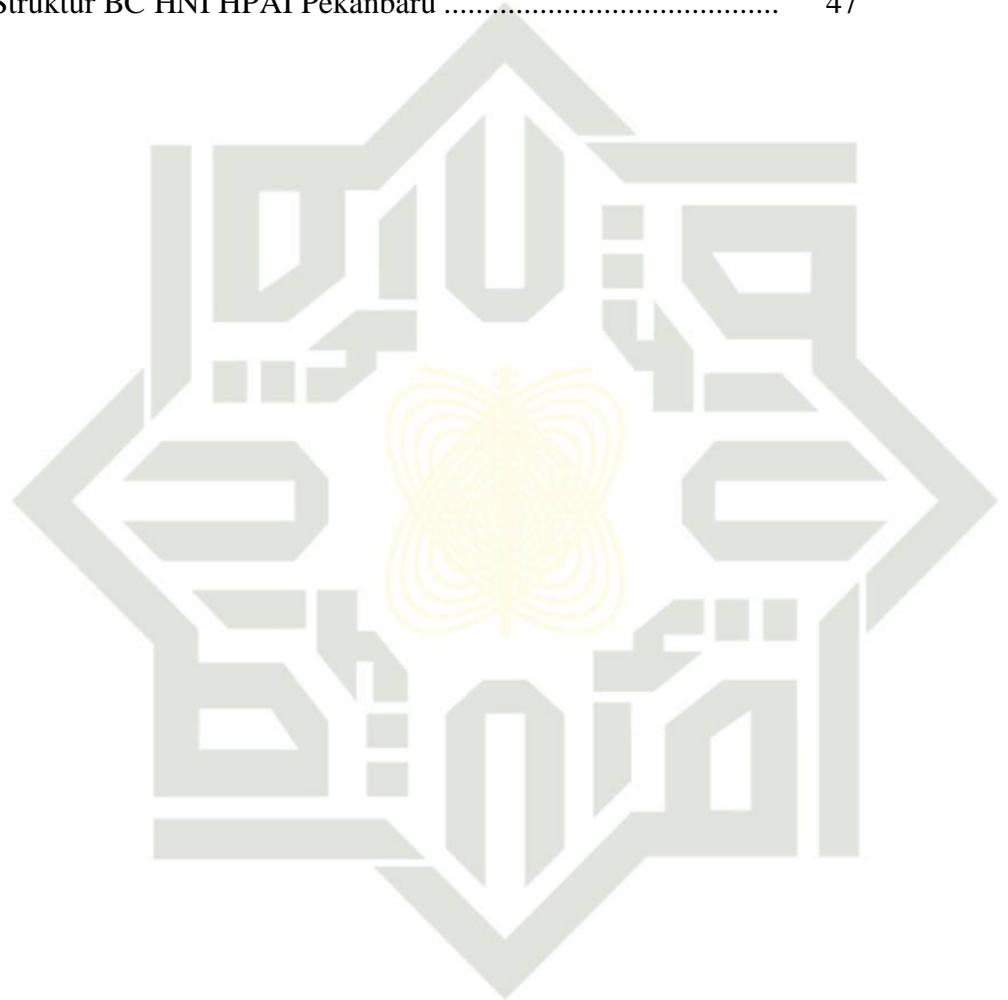
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Teknik Analisis Data	39
I. Metode Penulisan	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
1. Sejarah Singkat HNI-HPAI.....	41
2. Visi, Misi, Motto dan Keunggulan Perusahaan HNI	42
3. Peraturan Logo dan Merek HNI.....	43
4. Struktur Bisnis HNI-HPAI.....	46
5. Pilar Perusahaan PT. HNI-HPAI.....	47
B. Strategi Digital Marketing Industri Halal Pada BC HNI-HPAI.....	50
1. <i>Votality</i> (Bergejolak).....	51
2. <i>Uncertainty</i> (Ketidakpastian)	68
3. <i>Complexity</i> (Kompleks)	71
4. <i>Ambiguity</i> (Ambigu).....	73
C. Tantangan yang ada saat ini pada BC HNI Pekanbaru	75
1. Tantangan pada Kondisi <i>Volatility</i>	75
2. Tantangan pada Kondisi <i>Uncertainty</i>	76
3. Tantangan pada Kondisi <i>Complexity</i>	77
4. Tantangan pada Kondisi <i>Ambiguity</i>	78
BAB V KESIMPULAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN WAWANCARA.....	85

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Indikator Variabel Volatility, Uncertainty, Complexity, dan Ambiguity.....	31
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Pimpinan	46
Tabel 4.2	Struktur BC HNI HPAI Pekanbaru	47



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Negative VUCA	30
Gambar 4.1	Logo HNI-HPAI.....	44
Gambar 4.2	FB PT HNI <i>official</i>	54
Gambar 4.3	Instagram PT HNI	54
Gambar 4.4	Twitter PT HNI.....	54
Gambar 4.5	Youtube PT HNI.....	54
Gambar 4.6	Akun tiktok PT HNI	55
Gambar 4.7	akun FB BC HNI Pekanbaru 4	55
Gambar 4.8	Ig BC HNI Pekanbaru 4	56
Gambar 4.9	<i>website</i> BC HNI Pekanbaru 4.....	56
Gambar 4.10	<i>Screenshot</i> Akun dan riwayat story WA BC HNI Pekanbaru 4	61
Gambar 4.11	<i>Screenshot</i> grup WA BC HNI Pekanbaru 4	62
Gambar 4.12	Akun ig dan fb Dasrel dan Dadhe irawan (mitra)	63
Gambar 4.13	Akun ig mitra.....	63
Gambar 4.14	Akun ig dan fb staff BC HNI Pku 4	63
Gambar 4.15	<i>google maps</i> BC HNI Pekanbaru 4	64
Gambar 4.16	<i>Skincare</i> Zareen.....	67
Gambar 4.17	MEE & Me HNI	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini kita berada pada era di mana zaman semakin berkembang dan dapat memberikan dampak pada terjadinya perubahan secara mendasar yang mengubah sistem dan tatanan yang disebut dengan disrupsi berupa perubahan dari proses analog yang menjadi digital dengan adanya perkembangan teknologi. Revolusi di bidang teknologi mengubah seluruh aspek kehidupan yang bisa kita lihat dalam kehidupan sehari-hari yaitu seperti bekerja yang dilakukan di rumah, sekolah dari rumah, pelayanan dari rumah dan berbagai macam kegiatan lain yang dilakukan di rumah. Hal ini mengakibatkan kebutuhan kita akan teknologi sangat besar.¹

Pada era saat ini di mana manusia lebih menekankan bahwa hadirnya teknologi adalah bagian dari manusia itu sendiri. Maksudnya adalah internet tidak hanya berguna untuk memudahkan proses bisnis, berbagi informasi, hingga menganalisis data, melainkan juga untuk menjalani kehidupan sehari-hari.² Digitalisasi adalah suatu proses alih media dari bentuk tercetak, tergambar, video atau audio menjadi digital

¹ Ajeng Pipit Fitriani, "Peran Akuntan Syariah Dalam Menghadapi Society 5.0 Pada Era VUCA," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 1 (2022): h. 74.

² Nisa, "Society 5.0 vs Industry 4.0, Apa Bedanya?," artikel dari <https://inmarketing.id/society-5-0-dan-industry-4-0.html>. Diakses pada 29 Desember 2022.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan bantuan komputer, telepon genggam, scanner, operator dan perangkat lunak pendukung (*software*).

Konteks industri halal yang menjadi kebutuhan mutlak bagi masyarakat Muslim, di mana menjadi tantangan dalam menghadapi teknologi ini adalah kesiapan masyarakat Muslim dalam menghadirkan, mengelola, dan mengembangkan industri produk halal tersebut. Peradaban manusia akan terus dipengaruhi oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, seperti digambarkan pada era revolusi industri 4.0 dan *society* 5.0.³ Istilah ini bermula dari tahun 2016, sebuah inisiatif yang diusulkan oleh kabinet Jepang dalam Rencana Dasar Sains dan Teknologi ke-5, dengan visi untuk menciptakan “Masyarakat Super Cerdas” (MSC). Ini dianggap sebagai MSC yang diposisikan sebagai tahap perkembangan kelima pada masyarakat manusia.⁴

Bertolak dari sejarah peradaban manusia yaitu : sebelumnya masyarakat pemburu/ pengumpul, agraris, industri, dan informasi. MSC mewakili masyarakat berkelanjutan yang terhubung oleh teknologi digital yang hadir secara rinci dengan berbagai kebutuhan masyarakat itu. MSC menyediakan barang atau layanan yang diperlukan untuk orang-orang yang membutuhkannya pada saat dibutuhkan dan dalam jumlah yang diperlukan, sehingga memungkinkan warganya untuk hidup aktif dan nyaman melalui layanan berkualitas tinggi tanpa memandang usia, jenis

³ B Al Butary et al., “Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam’iyatul Washliyah,” ... *Seminar Nasional Hasil ...* (2021): h. 1.

⁴ *Ibid.*, h. 1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kelamin, wilayah, bahasa, dan sebagainya. Pemerintah Jepang mempresentasikan visinya tentang *society 5.0*, bersama dengan pameran oleh perusahaan-perusahaan pendukung dari Jepang, di CeBIT 2017, festival bisnis Eropa untuk inovasi dan digitalisasi yang mencakup digitalisasi bisnis, pemerintah, dan masyarakat dari segala sudut.⁵

PT. Herba Penawar Alwahidah Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal Network International (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal *network* di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas.⁶ HNI adalah era baru kejayaan bisnis *network marketing* dari Indonesia. HNI memanfaatkan teknologi terkini untuk menciptakan layanan yang cepat, akurat dan memuaskan. HNI sudah memiliki layanan *online* dan *offline* yang *powerful*.⁷

Islam dalam memenuhi kebutuhannya, seorang muslim harus senantiasa sejalan dengan Al-Quran dan Sunnah. Segi kualitas, setiap muslim bukan hanya harus memperhatikan halal tidaknya sebuah produk, namun juga tentang nilai ke-thayib-an (baik) untuk kesehatan selain aspek ‘rasa’ yang sering menjadi pilihan. Banyak sekali ayat-ayat Al-Quran yang menginformasikan kepada kita pentingnya mengkonsumsi makanan halal dan thayyib, di antaranya adalah :

Surah al-Baqarah ayat 172 :

⁵ B Al Butary et al., “Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam’iyatul Washliyah,” ... *Seminar Nasional Hasil ...* (2021): h.1-8.

⁶ HNI, *PANDUAN SUKSES* (Halal Network International, 2021).h. 10

⁷ *Ibid.*, h. 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepada kamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu hanya menyembah kepada-Nya”. (QS. al-Baqarah: 172).

Surah Al-Ma’idah ayat 88 :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَتُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya :

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”. (QS. Al-Ma’idah :88)

Pada perusahaan PT Herba Penawar Alwahida (HPAI) ini tidak terdapat unsur gharar, riba dan merugikan. Komitmen PT Herba Penawar Alwahida Indonesia adalah “halal is my way” dimana produk dan jaringan halal merupakan prinsip dari perusahaan ini. Produk yang dijual adalah produk halal berazaskan thibunnabawi serta sudah mendapatkan ijin edar dari BPOM dan sertifikat halal dari MUI. Adapun sistem bonus dan royalti pada PT HPAI adalah menggunakan akad ju’alah, dimana bonus dan royalti diberikan berdasarkan prestasi kerja para agen.

Salah satu pengaruh yang terjadi pada era perkembangan teknologi saat ini yaitu adanya masalah kondisi yang disebut dengan era VUCA.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

VUCA merupakan kepanjangan dari : *Volatility* yaitu perubahan cepat dan tidak stabil, *Uncertainty* yaitu masa depan yang penuh dengan ketidakpastian, *Complexity* artinya akan terciptanya dunia modern yang lebih kompleks dari yang sebelumnya, dan *Ambiguity* artinya keadaan perekonomian dan bisnis yang membingungkan dan sulit dipahami. Konsep ini berhubungan dengan seseorang dalam membuat keputusan, merencanakan, mengelola resiko, dan memecahkan suatu masalah. Oleh karena itu VUCA dinilai dapat mendorong kapasitas sebuah perusahaan dalam menghadapi perubahan dinamis di dunia bisnis semakin meningkat. Hal ini menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pemimpin organisasi.

Istilah VUCA pertama kali digunakan dalam militer di tahun sembilan puluhan untuk menggambarkan situasi medan perang yang dihadapi oleh operasi pasukan dimana informasi medan sangat terbatas. Pasukan militer AS menggambarkan kondisi ekstrem ini di Afghanistan dan Irak, yang dianggap *volatile, uncertain, complex* dan *ambiguous*. Selanjutnya, istilah ini dikembangkan dan digunakan juga di berbagai bidang, mulai dari perusahaan hingga pendidikan. Terutama dalam menggambarkan situasi bisnis yang berfluktuasi saat ini. Kondisi perubahan ini dipengaruhi oleh banyak faktor seperti politik, sosial, teknologi, budaya, dan lingkungan.⁸ Selain itu, digitalisasi di berbagai sektor telah membuat banyak perubahan yang sulit diprediksi karena derasnya arus dan sumber informasi, termasuk informasi terkait bisnis.

⁸ Febrianty et al., *New Normal Era*, (Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING, 2020), h. 5



Perkembangan teknologi mengurangi jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam menjalankan perusahaan, termasuk perusahaan industri halal.

Suatu perusahaan harus mampu beradaptasi terhadap kemajuan teknologi termasuk perusahaan industri halal. Suatu perusahaan harus melakukan strategi salah satunya dengan memanfaatkan teknologi digitalisasi. Namun dalam penerapannya tentunya ada kendala-kendala yang terjadi salah satunya yaitu kondisi VUCA. Dari latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA)?

B. Batasan Masalah

Agar penelitian yang akan dilaksanakan lebih terarah dan sampai kepada yang dimaksud dan tujuan penelitian, maka penulis ingin membatasi permasalahan yang dalam penelitian adalah tentang strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA) ?
2. Apa saja tantangan yang ada saat ini pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - 1) Untuk mengetahui bagaimana strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).
 - 2) Untuk mengetahui apa saja tantangan yang ada saat ini pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4.
2. Manfaat Penelitian
 - a) Manfaat secara teoritis

Berdasarkan uraian permasalahan-permasalahan di atas, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran dan pengetahuan bagi instansi dan akademis yang bermanfaat bagi berkembangnya ilmu ekonomi Islam.
 2. Dapat memberikan pemahaman bagi penulis maupun pembaca mengenai strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).
 3. Dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis dan juga sebagai bahan informasi ilmiah.
- b) Manfaat Secara Praktis
1. Sebagai Salah satu tugas untuk memenuhi syarat- syarat dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S1/ Strata Satu) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
 2. Untuk memperluas pengetahuan mengenai strategi *digital marketing* pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).
 3. Untuk mengembangkan wawasan dan pengetahuan sekaligus sebagai sumbangan ilmu khususnya dalam materi mengenai strategi digital marketing dalam menghadapi VUCA sehingga



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat membantu mempersiapkan diri sebagai generasi penerus bangsa yang berwawasan dan bercita-cita tinggi.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan penulisan karya ilmiah ini terdiri dari beberapa bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, adapun secara sistematika adalah sebagai berikut :

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian secara singkat dan menyeluruh mengenai tujuan penulis yang terdiri dari sub bab yaitu : Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori yang membahas tentang, Pengertian strategi *digital marketing*, pengertian *Volatility*, *Uncertainty*, *Complexity* dan *Ambiguity* serta berisi tentang penelitian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan: Jenis Penelitian, Pendekatan penelitian, Lokasi penelitian, Informan penelitian, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

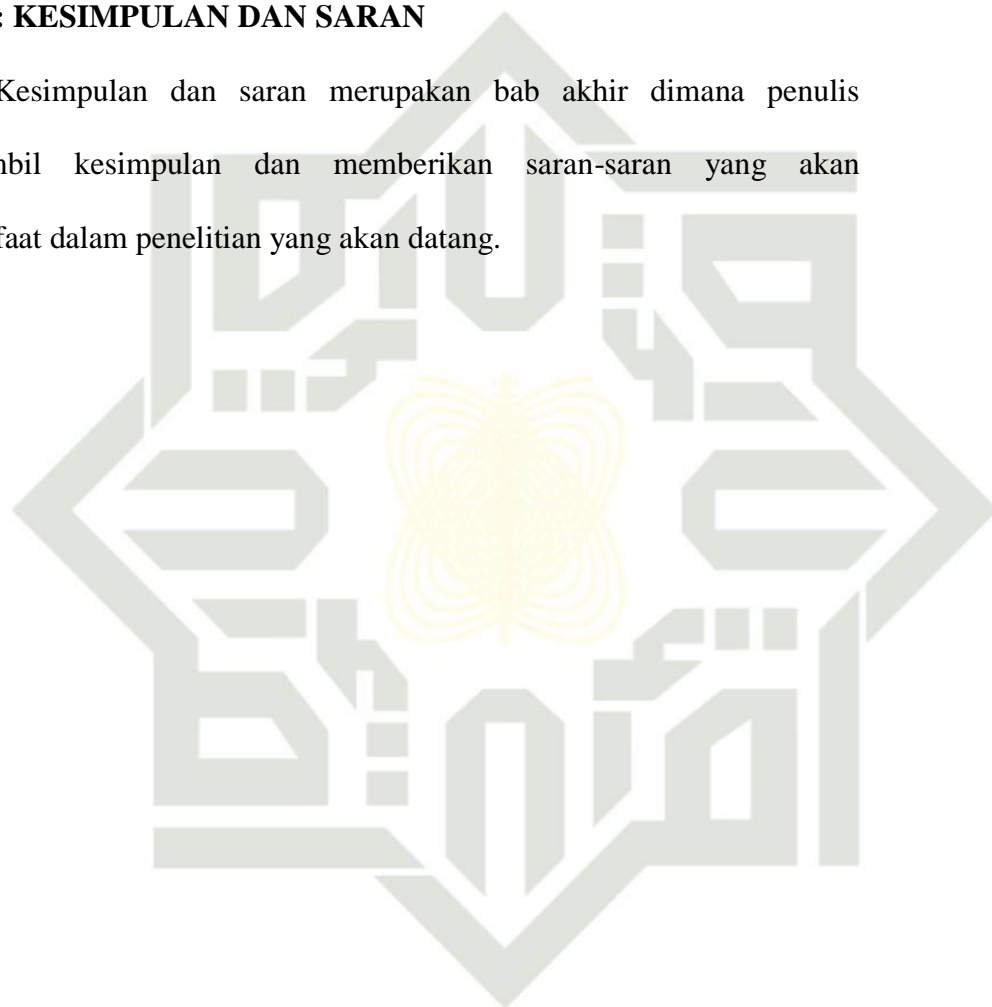
Berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus tentang gambaran umum lokasi penelitian, strategi digital



marketing pada *Business Center Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA), dan tantangan yang ada saat ini pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dan saran merupakan bab akhir dimana penulis mengambil kesimpulan dan memberikan saran-saran yang akan bermanfaat dalam penelitian yang akan datang.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Pengertian Strategi Digital Marketing

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu kata *Stratus* yang berarti militer dan memimpin. Pengertian pemasaran digital menurut para ahli adalah sebagai berikut :

- a. Shancez-Franco et al., (2014) mendefinisikan pemasaran digital sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat di atasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.
- b. Kaufman dan Horton (2014) menunjukkan pemasaran digital sebagai model pemasaran non tradisional.⁹
- c. Menurut Lane (2008) dalam (Katherine Taken Smith, 2011) pemasaran digital adalah praktik mempromosikan produk dan layanan menggunakan saluran distribusi digital. Pemasaran digital juga disebut sebagai *e-marketing* dan termasuk iklan digital atau online, yang mengirimkan pesan pemasaran kepada pelanggan.

⁹ C Kaufman, I., & Horton, *Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, a Guidebook for Executives, Managers, and Students* (Britania Raya: Routledge, 2014).h.5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009:47) *Digital Marketing* adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial.¹⁰
- e. Melansir dari Jurnal Entrepreneur, Heidrick & Struggles menjelaskan bahwa bisnis digital marketing memanfaatkan perkembangan teknologi guna melakukan promosi secara halus tapi memberikan pengaruh yang besar pada calon pelanggan. Media yang digunakan biasanya berupa *website*, blog, media sosial, email, forum online, dsb.

Adapun Jenis – Jenis *Digital Marketing* yaitu sebagai berikut¹¹ :

a. *Website*

Salah satu jenis dari digital marketing yaitu *website*. Jika diperhatikan, sudah banyak produk atau jasa yang sudah menggunakan *website*, sebagai sarana promosi dan memasarkan produknya di era digital. Selain sebagai sarana promosi dan memasarkan produk, melalui *website* pun konsumen dapat mencari dan melihat review tentang produk yang ingin dibeli. Berikut keuntungan menggunakan *website*:

¹⁰ Josua Tarigan Ridwan Sanjaya, *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2009).h. 47

¹¹ Aniek Indrawati Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, *DIGITAL MARKETING*, ed. Nayya Artha Fransiska, 1st ed. (Malang: Edulitera, 2020).hlm. 15-19

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 1) Menjadi media promosi yang mudah untuk diakses setiap saat, jadi dapat merespon permintaan kepada pencari (pengakses) selama 24 jam.
- 2) Menyediakan informasi yang valid kepada pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk atau jasa.
- 3) Efisiensi yaitu menghemat biaya dan waktu pemasaran

b. Sosial Media Marketing

Sosial media marketing adalah pemasaran menggunakan situs media sosial untuk meningkatkan visibilitas di internet dan untuk mempromosikan produk dan layanan. Situs media sosial berguna untuk membangun jejaring sosial dan bisnis. Melalui sosial media bisa menjadi jembatan untuk bertukar ide, pengetahuan, bahkan komunikasi antar pengguna. Kemunculan media sosial menciptakan pengakuan yang berkembang tentang pergeseran push marketing ke model percakapan yang mengarah pada keputusan pembelian pelanggan berdasarkan konten dari ulasan blog, pemberian tag, komentar akun dan lainnya.

c. *Search Engine* atau Mesin Pencarian

Search Engine atau Mesin Pencari adalah jenis website yang khusus untuk mengumpulkan daftar website yang bisa ditemukan di internet dalam data base yang kemudian menampilkan daftar indeks ini berdasarkan kata kunci atau keyword yang dicari oleh user. *Search Engine* terbagi menjadi 2 yaitu SEO dan SEM. SEM

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memudahkan dalam mengupayakan website bisa muncul dihalaman pertama google maka kita dapat menggunakan dua kategori berikut:

- 1) *Search Engine Marketing*, SEM bekerja dengan cara meningkatkan *visitability* dengan menggunakan periklanan dan optimasi dengan timbal balik berupa biaya.
- 2) SEO merupakan upaya menaikkan website dihalaman pertama *google* dengan strategi atau peletakan kata kunci artikel atau suatu konten. SEO biasanya memiliki dua komponen yaitu *page on page optimization* dan *off page optimization*.

d. *Email Marketing*

Email marketing adalah sebuah tindakan atau aktivitas mengirimkan pesan komersil seperti promo, penawaran produk, diskon, penawaran membership dan lain sebagainya kepada sekelompok orang dengan menggunakan media email. Memanfaatkan email untuk pemasaran adalah salah satu strategi marketing yang sangat efektif dan murah. Meskipun demikian, email marketing tidak boleh dikirim secara sembarangan dan terus menerus.¹² Sebelum mengirim email promosi produk akan lebih baik jika bagian marketing mencari tahu minat dan beberapa informasi penting berkaitan dengan penerima. Informasi tentang minat atau

¹² Gusti Ngurah Mega Nata, "Knowledge Discovery Pada Email Box Sebagai Perpanjang," *jurnal sistem informatika* (2017): hlm. 26–36.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kesukaan dari *client* dapat ditemukan dari kumpulan *email* yang pernah mereka kirim ke *inbox* kita.

e. Iklan secara *online*

Jenis *digital marketing* yang satu ini hampir sama dengan jenis iklan yang lainnya. Yaitu memanfaatkan *platform youtube* ataupun media lainnya. Namun, untuk memanfaatkan media periklanan secara *online* ini perlu mempersiapkan dana promosi terlebih dahulu. Keuntungan dari periklanan secara *online* yaitu pelaku UMKM dapat menargetkan target konsumen yang akan ditayangkan.¹³

Strategi digital marketing adalah strategi yang digunakan para pelaku bisnis dalam memaksimalkan potensi aktivitas digital marketing yang sedang dilaksanakan.¹⁴ Strategi pemasaran digital akan membantu pemasar untuk menganalisis konsumen dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang diperoleh dari konsumen secara langsung. Sehingga pemasar bisa memastikan bahwa strategi yang diterapkan sudah relevan dengan bisnis yang dijelankannya. Untuk pengabdiosian ke pemasaran digital, penting bagi pemasar untuk memahami perkembangan pasar digital, dan bagaimana teknologi sangat berpengaruh pada perkembangan bsinis kita untuk meningkatkan brand dan mendatangkan pelanggan untuk kita.

¹³ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, *DIGITAL MARKETING*.hlm. 15-19

¹⁴ Witdya Pangestika, "Digital Marketing : Pengertian Dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis," *Mekari Jurnal*, last modified 2022, accessed July 9, 2023, <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Semakin banyak target pasar yang menggunakan teknologi maka semakin mudah pemasar untuk meneliti, mengevaluasi, menganalisis sebuah produk atau jasa yang dikonsumsi oleh konsumen.¹⁵

Tidak seperti bentuk pemasaran tradisional, pemasaran digital yang memanfaatkan internet sebagai penggeraknya memiliki kelebihan yaitu memperluas jangkauan pemasaran. Dengan menggunakan teknologi digital, pemasar dapat melampaui batas dari geografi dan zona waktu. Maka dari itu selain internet sebagai porosnya, sebagai pemasar juga penting memiliki strategi pemasaran yang jelas untuk membantu pemasar agar tetap fokus, memastikan bahwa kegiatan pemasaran selaras dengan tujuan bisnis dan yang terpenting adalah memastikan bahwa pemasar dapat menargetkan konsumen dengan tepat.¹⁶

Komponen yang membentuk Strategi Digital Marketing¹⁷ :

a. *Know your business*

Pelaku UKM/UMKM wajib mengetahui core competence bisnis dari usahanya. Apakah bisnis yang dijalankan cocok untuk diadopsi ke pemasaran digital? Apakah produk yang dikeluarkan suatu perusahaan cocok menggunakan media promosi online? Apakah bisnis yang dijalankan

¹⁵ Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, *DIGITAL MARKETING*.hlm. 12

¹⁶ *Ibid*.hlm. 12

¹⁷ *Ibid*.hlm. 13-15



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki kemampuan, ketrampilan, dan teknologi yang tepat untuk melakukan pemasaran digital?

b. *Know the competition*

Pelaku UKM/UMKM harus mengetahui siapa pesaing utama dari bisnis yang mereka jalankan. Apakah pesaing sama-sama menerapkan pemasaran digital? Apakah mereka sudah menggunakan strategi pemasaran dengan benar? Apakah kita ingin Amati-Tiru-Modifikasi? Apakah ada peluang pasar untuk bisnis yang saya jalankan? Ingat, persaingan dunia digital bisa berasal dari mana saja entah itu dari sudut dunia mana. Karena, teknologi sangat memungkinkan untuk menjangkau wilayah geografis yang lebih luas, pasar yang luas dan sangat memungkinkan perusahaan besar menjangkau pasar lokal. Maka dari itu, perlu ditingkatkan riset tentang analisis kompetitor dan menjalankan strategi yang tepat untuk melakukan penetrasi pasar.¹⁸

c. *Know your customers*

Kenali pelanggan dari bisnis yang anda jalankan. Sebagai pelaku bisnis/UMKM harus mengetahui siapa pelanggan dari bisnis yang mereka jalankan? Apa yang mereka inginkan? Apakah mereka sudah siap dialayani dengan promosi online? Apakah perusahaan sedang memasuki pasar

¹⁸ *Ibid.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

demografis baru atau lama? dan Apakah perusahaan bisa memanfaatkan pengetahuan dan teknologi untuk terlibat dalam hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan?

d. *Know what you want to achieve*

Pelaku bisnis wajib mengetahui apa yang ingin dicapai perusahaannya. Jika tidak tahu kemana arah perusahaan pergi, maka perusahaan yang dijalankan tidak akan berkembang. Apakah perusahaan ingin mengadopsi pemasaran digital? Apakah tujuan dari perusahaan dalam jangka panjang? Apa pentingnya strategi dalam menjalankan pemasaran digital? Dengan mengetahui apa yang diinginkan perusahaan, maka arah dan tujuan perusahaan bisa terukur dengan jelas sehingga kemampuan perusahaan akan terus ditingkatkan untuk mencapai tujuan tersebut.

e. *Know how you're doing*¹⁹

Keuntungan menggunakan pemasaran digital yaitu hasilnya lebih terukur. Perusahaan dapat melakukan tracking dan dapat membandingkan kemajuan yang telah digunakan sudah tepat sasaran apa belum, sudah sesuai dengan indikator (Key Performance Indicators) yang telah diberikan apa belum. Jika belum sesuai, pelaku bisnis bisa mengukur, mengubah,

¹⁹ *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan memperbaiki karena pemasaran digital adalah proses berkelanjutan dan berulang.²⁰

Setiap pelaku bisnis atau perusahaan memiliki strategi digital marketing yang berbeda-beda, disesuaikan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai. Adapun strategi digital marketing sebagai berikut²¹ :

1) *Search Engine Optimization (SEO)*

SEO adalah upaya untuk mengoptimasi sebuah situs agar mendapatkan peringkat teratas dari hasil pencarian. Untuk menjadi peringkat teratas, Anda perlu memahami bagaimana sistem mesin pencari. Media yang dapat digunakan seperti *website, blogs* dan *indografis*.

2) *Content Marketing*

Merencanakan, membuat serta membagikan konten tentang perusahaan. Hal tersebut untuk menarik pembaca mengetahui bisnis dan memotivasi mereka untuk menjadi pembeli. Konten ini dapat dibuat dalam bentuk unggahan blog, media sosial, artikel, *e-book*, *indografis* serta brosur *online*.

3) Otomatisasi Pemasaran

Otomatisasi Pemasaran merupakan teknik otomatisasi tugas-tugas secara berulang. Tugas-tugas seperti alur pekerjaan,

²⁰ *Ibid*. hlm. 13-15

²¹ Pangestika, "Digital Marketing : Pengertian Dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis." *Mekari jurnal* 2022. di akses pada 09 juli 2023

susunan unggahan konten serta laporan kampanye. Otomatisasi ini dapat dilakukan di kanal digital seperti email dan media sosial.

4) Pay-Per-Klik (PPC)

PPC adalah cara untuk mengarahkan traffic ke situs milik kita dengan bayaran setiap kliknya. Contohnya *Google AdWords*, membayar lalu mendapatkan slot teratas setiap pencarian di *Google* dan dikenakan biaya setiap kliknya.

5) Native Advertising

Bentuk konten berbayar yang ditampilkan dalam bentuk yang memiliki kemiripan dengan konten media dan penempatannya. Konten yang terlihat dan berfungsi seperti bagian dari media yang terkait. Contohnya *Promoted Post* di *Instagram* dan *Facebook*.²²

6) Affiliate Marketing

Affiliate Marketing adalah ketika seseorang bermitra dengan layanan atau situs orang lain untuk membuat komisi dengan merujuk pembaca atau pengunjung ke bisnis kita. Contohnya Hosting video ads dengan *Youtube*.

²² *Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7) Sosial Media *Marketing*

Mempromosikan *brand* dan konten di media sosial seperti *Facebook, Whatsapp, Twitter, Facebook Messenger*. Media sosial ini merupakan sarana untuk membesar-besarkan *brand*.²³

2. Pengertian *Volatility, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity (VUCA)*

Salah satu tantangan yang harus dihadapi di dunia bisnis maupun pemerintah adalah VUCA world. VUCA yang merupakan singkatan dari *Volatility* (bergejolak), *Uncertainty* (ketidakpastian), *Complexity* (kompleks), dan *Ambiguity* (ketidakjelasan) merupakan gambaran situasi di dunia bisnis di masa kini. Istilah ini awalnya diciptakan oleh militer Amerika untuk menggambarkan situasi geo-politik saat itu. Namun karena kesamaan makna, maka istilah VUCA kini diadopsi oleh dunia bisnis dan sektor publik.²⁴

a. *Volatility*

Volatility merupakan sebuah kondisi atau situasi yang tidak dapat diprediksi. Pada saat ini kita tidak dapat menemukan sebuah usaha yang dapat dijalankan secara stabil, hal ini dikarenakan semakin berkembangnya dunia teknologi.

²³ *Ibid.*

²⁴ Firman Syah, Ardy dan Novi, Savarianti Fahrani. (2019). Rencana Suksesi Pegawai Negeri Sipil Di Era Vuca -Succession Planning Of Civil Servant In Vuca Era. *Civil Service Vol. 13*, No.2, November 2019 : h.1 -14.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Volatility ini salah satunya dipengaruhi oleh banyaknya inovasi yang didasarkan pada teknologi yang cepat dan terus mengalami perubahan.

Komponen ini menggambarkan bahwa saat ini, tidak ada lagi bisnis yang dapat dijalankan secara stabil karena laju kemajuan teknologi. Kondisi ini dipengaruhi oleh banyak inovasi yang didasarkan pada perkembangan teknologi yang cepat dan terus berubah. Menanggapi kondisi ini, pebisnis terpaksa berubah mengikuti perkembangan pemanfaatan teknologi. Suka atau tidak, proses "seleksi alam" akan berlangsung untuk pebisnis. Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi adalah elemen penting untuk bertahan dalam persaingan industri.²⁵

Indikator dari variabel volatilitas lingkungan bisnis antara lain:

- 1) Perubahan regulasi pemerintah, merupakan perubahan peraturan yang dibuat otoritas untuk mengendalikan dan mengawasi suatu tatanan agar berjalan tertib dan lancar. Peraturan ini wajib dipatuhi oleh semua orang, baik dalam pemerintahan maupun bisnis.
- 2) Permintaan konsumen, merupakan perkembangan keadaan pasar yang semakin modern dan konsumen yang semakin pintar menyebabkan semakin berkembangnya permintaan dan sistem suatu pasar.

²⁵ Febrianty et al., *New Normal Era*. (Yogyakarta: ZAHIR PUBLISHING, 2020), h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Teknologi, merupakan konsep modernisasi yang merupakan suatu proses transformasi dari suatu arah perubahan kearah yang lebih maju atau meningkat dalam berbagai aspek.
- 4) Inovasi produk, merupakan suatu proses menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.²⁶

b. *Uncertainty*

Uncertainty dapat diartikan sebagai ketidakpastian. *Uncertainty* menggambarkan bahwa tidak ada yang dapat dipastikan dalam menjalankan sebuah usaha. Dalam sebuah kondisi yang penuh dengan ketidakpastian, perubahan bisa datang dengan cepat pada tingkatan yang berbeda. Ketidakpastian ini disebabkan salah satunya yaitu karena minimnya informasi memadai yang diperoleh.

Komponen ini menggambarkan bahwa tidak ada yang dapat dipastikan dalam menjalankan sebuah roda perputaran bisnis. Ketidakpastian ini mempersulit kondisi pasar dan industri untuk dipahami, diprediksi, dan diatasi. Menanggapi kondisi ini, banyak

²⁶ Lena Ellitan, "The Role of Dynamic Capability in Mediating The Effects of Environmental Dynamism and Managerial Capabilities on Firm Performance: A Preliminary Study," *Entrepreneurship & Business* 1, no. 2 (2020): h. 72.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan memutuskan untuk tidak melakukan perubahan pada ketidakpastian yang terjadi. Umumnya tindakan ini diambil karena perasaan tidak aman (insecurity) berubah dalam situasi yang juga berubah. Namun, berlari dalam situasi yang tidak pasti sambil mempelajari arah adalah sesuatu yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam upaya untuk beradaptasi.²⁷

Indikator untuk mengukur variabel ketidakpastian lingkungan bisnis adalah sebagai berikut:

- 1) Kurangnya informasi Informasi didalam suatu perusahaan sangat penting untuk mendukung keberlangsungan dan perkembangannya. Akibat dari kurangnya mendapatkan informasi, dalam waktu tertentu perusahaan akan mengalami ketidakmampuan mengontrol sumberdaya. Sehingga dalam mengambil keputusan – keputusan strategis sangat terganggu, yang pada akhirnya akan mengalami kekalahan dalam bersaing dengan lingkungan pesaingnya.
- 2) Ketidakmampuan mengetahui hasil Jika seseorang merasa bahwa lingkungan tersebut tidak dapat diprediksi, artinya seseorang tidak paham bagaimana komponen lingkungan akan mengalami perubahan. Seorang pengusaha dapat merasa tidak pasti terhadap tindakan apa yang harus dilakukan dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan yang relevan,

²⁷ Febrianty et al., *New Normal Era.*, h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti perubahan teknologi, budaya dan lain sebagainya. Akibat dari ketidakmampuan tersebut seorang pengusaha akan sulit untuk mengetahui hasil yang akan diperoleh dalam kegiatan usaha yang sedang dijalankan, apakah memperoleh keuntungan atau malah mengalami kerugian.

- 3) Ketidakmampuan menentukan kemungkinan Berkaitan dengan ketidakmampuan seseorang untuk memprediksi pengaruh lingkungan. Ketidakpastian pengaruh ini meliputi sifat, kedalaman, dan waktu. Seseorang tersebut berada dalam ketidakpastian pengaruh, bila ia merasa tidak pasti terhadap bagaimana suatu peristiwa berpengaruh terhadap sifat, seberapa jauh peristiwa tersebut berpengaruh (kedalaman) dan kapan pengaruh tersebut akan sampai pada organisasi (waktu).²⁸

c. *Complexity*

Complexity yaitu situasi yang kompleks dan ditunjukkan dengan banyaknya bagian yang saling berhubungan antara yang bagian satu dengan bagian yang lain. Kondisi bisnis saat ini berbeda dengan kondisi pada era sebelumnya dimana dulu fokus perusahaan hanya pada profit atau keuntungan. Berbeda pada masa sekarang dimana banyak faktor yang harus dipertimbangkan

²⁸ Jeni Wardi, "Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (Dwika Lodia Putri, Jeni Wardi & Reni Farwitawati)," *Pekbis* 8, no. 2 (2016): h. 144–154.



agar perusahaan dapat terus bertahan dan berkembang dalam menghadapi kerasnya dalam persaingan industri.

Bisnis yang semakin rumit merupakan yang dijelaskan dalam elemen ini. Beberapa dekade yang lalu, perusahaan cukup fokus untuk mengejar keuntungan pada bisnis yang sedang dijalankan. Tetapi pada saat ini, ada banyak faktor yang harus dipertimbangkan untuk menjaga perusahaan berkelanjutan dalam menghadapi persaingan industri. Faktor internal seperti pernyataan misi, penetapan rencana tindakan, manajemen risiko, dan keahlian yang dimiliki karyawan patut dipikirkan. Selain faktor internal, faktor eksternal juga berkontribusi, misalnya keterlibatan pelanggan, hubungan pemangku kepentingan, CSR, dan kepatuhan terhadap peraturan. Oleh karena itu, kemampuan pemikiran ekologis suatu perusahaan diperlukan dalam mengatasi kompleksitas ini. Pemikiran ekologis adalah kemampuan perusahaan untuk memetakan dan mempelajari berbagai bidang hubungan di luar perusahaan yang mencakup tren pasar, pelanggan, pemangku kepentingan, lingkungan fisik, hubungan kerja sama dengan pemasok dan pemasok, hubungan dan kebijakan pemerintah, dan bidang lainnya. Hasil pemetaan adalah modal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan bagi perusahaan.²⁹

Indikator variabel kompleksitas lingkungan bisnis yang dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Tingkat Kesulitan, dalam menjalankan bisnis, dimana suatu bisnis dapat berjalan dan menghasilkan keuntungan didasarkan dengan berbagai strategi dan pemanfaatan peluang. Namun tantangan yang harus dihadapi tidak mudah untuk dihadapi, mengingat perkembangan di berbagai aspek membuat konsumen menentukan persyaratan lebih banyak seperti permintaan akan kualitas, tampilan, dan ciri khas atas produk.
- 2) Struktur bisnis, pembagian tanggungjawab atau jabatan yang ada pada usaha, karena dengan adanya struktur tugas, tanggungjawab, dan jabatan yang jelas akan mempermudah kegiatan bisnis.³⁰

d. Ambiguity

Ambiguity merupakan situasi dimana terdapat keraguan terkait sifat hubungan sebab akibat. Salah satu hal yang menjadi perhatian utama dalam *ambiguity* adalah penggambaran sekat-sekat yang berada dalam sebuah usaha semakin lama semakin tidak

²⁹ Febrianty et al., *New Normal Era.*, h. 11

³⁰ Siti Jamilah, "Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment," *Unhas Makassar* (2007): h. 4



nampak. Pada masa sekarang banyak bermunculan usaha-usaha baru. Sektor bisnis yang berbeda yang awalnya tidak bersinggungan, pada saat ini dapat mengekspansi sektor bisnis yang berbeda. Hal ini dikarenakan tidak adanya sekat antar satu bisnis dengan bisnis yang lain. Dalam situasi yang tidak pasti ini kita juga tidak dapat memprediksi apa yang akan terjadi ke depannya, oleh karena itu wajib bagi kita untuk memiliki informasi yang memadai dalam menghadapi ketidakpastian.

Salah satu hal yang disorot dalam elemen ini adalah penggambaran bidang bisnis yang menjadi semakin kabur. Di era ini, ada banyak pemain bisnis baru yang kehadirannya tidak dapat diprediksi. Pemain bisnis lama yang awalnya tidak bersentuhan bersaing mengambil "makanan" yang sama, sehingga mereka dapat dikategorikan sebagai pesaing. Contoh nyata dari hambatan bisnis yang tidak jelas adalah ekspansi bisnis yang dilakukan oleh penyedia ojek online di Indonesia. Bisnis yang menjalankan ojek motor online pada awalnya bersaing dengan ojek ojek. Namun seiring berjalannya waktu, penyedia ojek online telah menambahkan layanan lain seperti layanan untuk mengirimkan barang yang secara perlahan merusak pangsa pasar kurir dan penyedia ekspedisi. Bahkan pemain bisnis lama harus berinovasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan mengubah strategi bisnis jika mereka ingin bisnis mereka bertahan.³¹

Indikator variabel ambiguitas lingkungan bisnis yang dikemukakan oleh Rosita sebagai berikut:

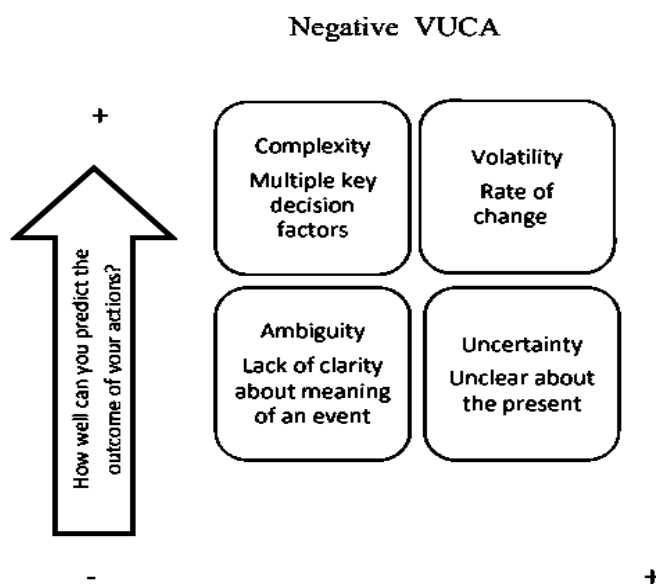
- 1) Wewenang yang jelas, merupakan hak dan kekuasaan untuk memilih, mengambil sikap, atau tindakan tertentu dalam melaksanakan suatu bisnis agar berjalan dengan baik.
- 2) Tujuan dan sasaran yang jelas, merupakan upaya atau strategi yang ditentukan dalam upaya peningkatan penjualan, profit, dan bisnis. Dalam upaya meningkatkan keberhasilan suatu usaha dapat dilakukan dengan membuat visi dan misi suatu bisnis.
- 3) Tanggungjawab yang jelas, merupakan suatu keadaan atau kondisi yang mewajibkan seseorang untuk menanggung segala konsekuensi yang akan dilalui atau dihadapi dalam melakukan kegiatan usaha.
- 4) Menguasai lingkungan bisnis, merupakan kemampuan seorang pebisnis dalam menganalisis peluang maupun resiko terburuk yang akan dialami dalam proses kegiatan bisnis.³²

³¹ Febrianty et al., *New Normal Era.*, h. 11-12

³² Sry Rosita, "Pengaruh Konflik Peran Dan Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Larawan Fakultas Ekonomi Program Ekstensi Universitas Jambi," *Mankeu* (2013).h. 285

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.I. Negative VUCA

Sumber: US Army War College (dalam Aribowo dan Wirapraja, 2018)

Melihat pada diagram di atas dapat kita ketahui bahwa era VUCA merupakan tantangan bagi seluruh sektor yang ada dalam dunia usaha. Kemampuan dalam menjalankan usaha dalam jangka pendek tidak cukup untuk menjamin keberlangsungan dalam menjalankan usaha. Pemikiran jangka panjang masih dianggap bersifat abu-abu yang berarti penuh dengan ketidakpastian, sehingga diperlukan disiapkan strategi untuk menghadapi era VUCA. Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang sangat berpotensi sebagai negara dengan kapasitas ekonomi yang besar di dunia.³³ Prediksi McKinsey & Company yang merupakan salah satu lembaga konsultan dunia menyatakan bahwa

³³ Baby Poernomo, "Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan Menghadapi Era VUCA," *Prosiding Seminar Stiarni* 7, no. 2 (2020): h. 72–73.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 UIN Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Indonesia berpeluang untuk menduduki peringkat 7 perekonomian dunia pada tahun 2030, melampaui negara-negara maju yang lain.

Berdasarkan uraian di atas, maka indikator variabel VUCA secara ringkas dapat terlihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1
Indikator variabel Volatility, Uncertainty, Complexity dan Ambiguity

Judul	Variabel	Indikator
Strategi <i>digital marketing Business Center Halal Network International Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru</i> 4 dalam menghadapi	Volatilitas	1. Perubahan regulasi pemerintah 2. Permintaan konsumen 3. Teknologi 4. Inovasi produk
Volatility, uncertainty, complexity dan ambiguity (VUCA)	Uncertainty (ketidakpastian)	1. Kurangnya informasi 2. Ketidakmampuan mengetahui hasil 3. Ketidakmampuan menentukan kemungkinan
	Kompleksitas	1. Tingkat kesulitan 2. Struktur bisnis
	Ambiguitas	1. Wewenang yang jelas 2. Tujuan dan sasaran yang jelas 3. Tanggung jawab yang jelas 4. Menguasai lingkungan bisnis

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam penulisan selanjutnya, agar penulis mendapat gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan peneliti dapat menyajikan proposal penelitian yang mudah dipahami dan relevan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun penelitian-penelitian yang relevan dengan judul yang penulis angkat, yakni sebagai berikut:

1. Adithya Hiakbar, Wan Laura Hardilawati, Sulistyandari dalam jurnal yang berjudul “*Analisis Pengaruh VUCA Environment terhadap Kinerja Bisnis Angkringan di Pekanbaru*” penelitian ini menggunakan studi kuantitatif dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner skala likert. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas terhadap kinerja usaha angkringan di Pekanbaru.³⁴
2. Ajeng Pipit Fitriani, dalam jurnal yang berjudul “*Peran akuntan syariah dalam menghadapi society 5.0 pada era VUCA*” Penelitian ini menggunakan kajian studi literatur (*literature review*), merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan literatur yang berasal dari berbagai macam sumber yang berkaitan dengan pembahasan penelitian. Tujuan dari melakukan teknik studi literatur ini adalah untuk mencari teori-teori yang relevan untuk kemudian digunakan untuk menjawab permasalahan yang diteliti. Dalam kajian studi literatur, data diperoleh dari berbagai macam sumber baik nasional maupun internasional untuk kemudian di

³⁴ Sulistyandari Adithya Hiakbar, Wan laura Hardilawati and Universitas Muhammadiyah Riau, “Analisis Pengaruh VUCA Environment,” *jurnal ilmiah mahasiswa merdeka EMBA 2*, no. 1 (2023): h.78.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lakukan analisis dengan telaah *study literature* mengenai peran akuntan syariah dalam menghadapi society 5.0 pada era VUCA.³⁵

3. Burhanuddin Al-Butary, Andri Soemitra, Zuhri Nawawi, Alfi Amelia dalam jurnal yang berjudul "*Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam'iyatul Washliyah*" penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, melalui: a) ketekunan pengamatan, b) triangulasi data, dan c) kecukupan referensi. Penelitian yang dilakukan ini tergolong studi literatur dan lapangan. Oleh karena itu, objek penelitian adalah objek di lapangan yang mampu memberikan informasi tentang studi penelitian. Dalam hal ini Al Jam'iyatul Washliyah, adalah objek penelitian dengan fokus pada Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0 .³⁶
4. Baby Poernomo, dalam jurnal yang berjudul "Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan menghadapi Era VUCA". Dalam penelitian ini digunakan pendekatan studi kasus dari desain penelitian kualitatif dan wawancara semi-terstruktur digunakan untuk memahami bagaimana sumber daya manusia di pendidikan tinggi mengalami fenomena tersebut. Penelitian ini

³⁵ Fitriani, "Peran Akuntan Syariah Dalam Menghadapi Society 5.0 Pada Era VUCA."

³⁶ Butary et al., "Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam'iyatul Washliyah."

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membuktikan bahwa agar mahasiswa sebagai pemimpin masa depan siap menghadapi era VUCA, mahasiswa harus memiliki kemampuan dalam hard skill dan soft skill ditambah dengan kemampuan untuk menerapkan setiap elemen positif VUCA, yaitu vision, understanding, clarity, dan agility di era disrupsi. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pembangunan sumber daya manusia di pendidikan tinggi. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi tentang bagaimana universitas mempersiapkan model pembekalan kepemimpinan era VUCA dengan pendekatan yang berbeda.³⁷

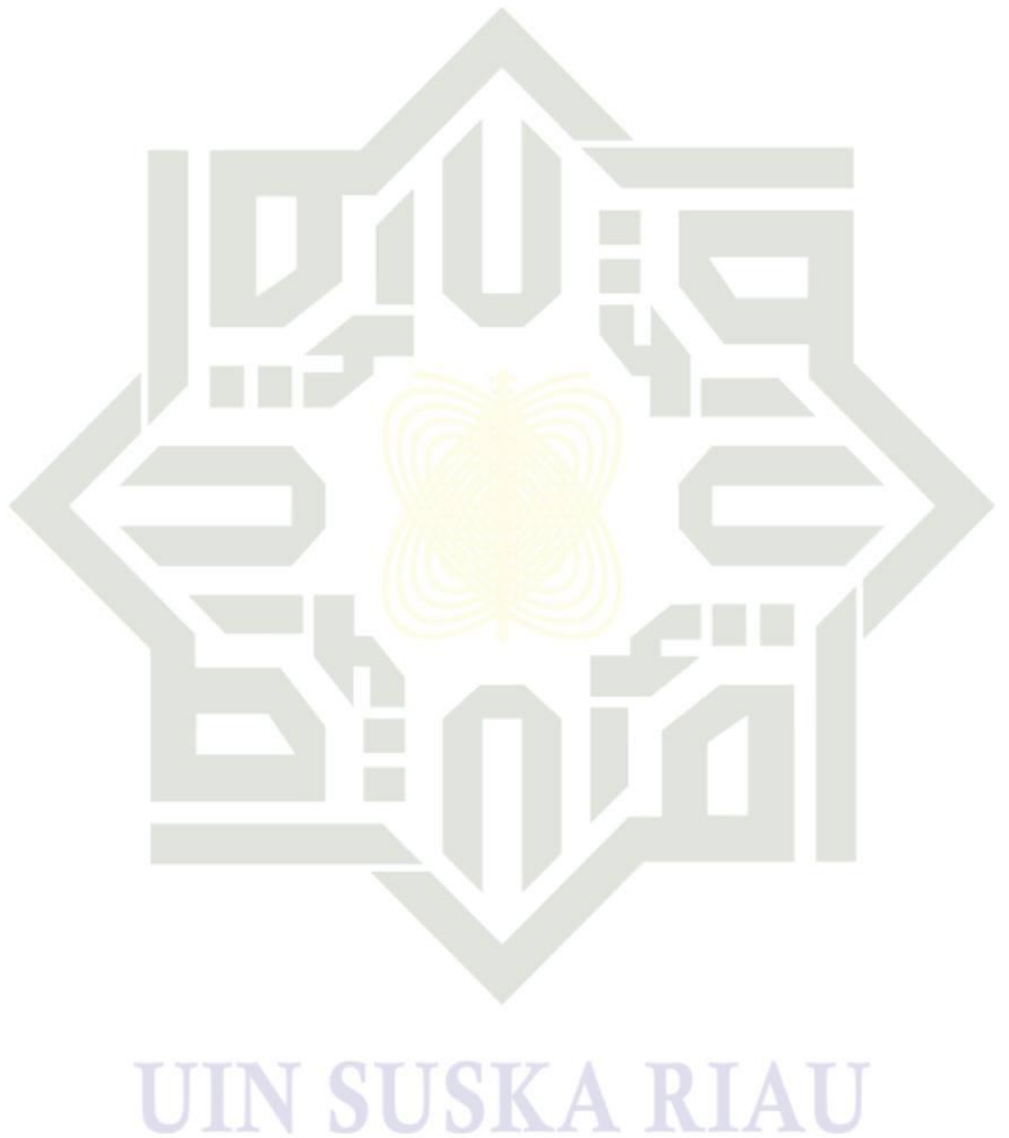
5. Kholifatul Husna Asri, Faridudin Malikur Rahmat dengan jurnal yang berjudul "Digitalisasi Perbankan Syariah di Era VUCA" Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengkaji objek secara alamiah. teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.³⁸

Meskipun banyaknya penelitian yang dilakukan terkait strategi digitalisasi dan kaitannya dengan kondisi VUCA, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang lainnya. Adapun perbedaannya terdapat pada tempat lokasi penelitian dan juga objek penelitian yang berbeda dari

³⁷ Poernomo, "Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan Menghadapi Era VUCA." h. 70

³⁸ Faridudin Malikur Rahmat Kholifatul Husna Asri, "Digitalisasi Perbankan Syariah Di Era VUCA" 01, no. 01 (2022): h. 27–36.

penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian yang akan saya teliti lebih mengarah pada bagaimana strategi *digital marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*). Menurut Sugiyono, penelitian lapangan yaitu penelitian di mana data diperoleh dari lapangan secara langsung dari sumbernya, sehingga sumber data dalam penelitian lapangan ini adalah sumber data primer. Penelitian lapangan ini dilakukan dengan terjun langsung dan menggali data yang bersumber dari kepala kantor cabang *business center* (BC) HNI Pekanbaru 4, dan staffnya.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini bersifat lapangan (*field research*) yang dilaksanakan pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 Jln. Melati No.35, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292. Penelitian ini diambil untuk mengetahui strategi *digital marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *volatility, uncertainty, complexity, dan ambiguity* (VUCA).

Waktu Penelitian

Waktu penelitian dimulai sejak November 2022 hingga penulisan skripsi ini selesai dilaksanakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sumatra Utara

D. Subjek dan Objek penelitian

- a. Subjek adalah pihak-pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian.³⁹ Subjek dalam penelitian ini adalah owner dan staff BC HNI Pekanbaru 4.
- b. Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan-kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁰ Objek dalam penelitian ini adalah strategi *digital marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *volatility, uncertainty, complexity, dan ambiguity* (VUCA).

E. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subyek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian tersebut.⁴¹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan informan penelitian utama (*Key Informan*). Yang dimaksud Informan penelitian utama (*Key Informan*) adalah orang yang paling tahu banyak informasi mengenai objek yang sedang diteliti atau data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama.⁴²

³⁹Ridwan, *Metode dan Tehnik Menyusun Proposal Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.70

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&I*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.38

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&I* (Bandung: Alfabeta, 2009), h.38.

⁴² Burhan Bugin, *Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2007), h. 76



Dalam hal ini yang menjadi informan penelitian utama (*Key informan*) adalah *owner* dari BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 yang paham tentang strategi *digital marketing* dalam menghadapi VUCA untuk dijadikan sebagai bahan pengumpulan data-data yang terkait.

Sumber Data

- a. Data primer yaitu data yang didapatkan atau dikumpulkan seseorang yang melakukan penelitian atau latar yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian *digital marketing* pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4. Data diperoleh langsung dari sumber utama, melalui observasi, wawancara dan dokumentasi kepada pihak yang bersangkutan seperti yang memiliki usaha dan karyawan yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai strategi *Digital Marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada berupa literatur, daftar bacaan, dan referensi. Data biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan peneliti terdahulu yang berkaitan dengan strategi *Digital Marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia pekanbaru 4 dalam menghadapi *Volatility, Uncertainty, Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode agar diperoleh data yang lengkap. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya ialah :

- 1) Observasi, merupakan kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian.
- 2) Wawancara, merupakan salah satu teknik penelitian dimana peneliti langsung berbicara dengan *owner* BC HNI HPAI Pekanbaru 4 untuk diwawancari tentang strategi *digital marketing* yang dilakukan dalam menghadapi *Volatility*, *Uncertainty*, *Complexity* dan *Ambiguity* (VUCA). Dengan teknik ini diharapkan peneliti mengerti apa saja hal-hal dibalik yang diungkapkan subjek dengan demikian informasi yang diperoleh akan lengkap dan utuh.
- 3) Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang didapatkan dari hasil laporan dan keterangan secara tertulis, tergambar, dan terekam. Selain itu dokumentasi juga teknik untuk mendapatkan data pendukung penelitian.

Teknik Analisis Data

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu analisa yang dilakukan setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah mengelola data dan menganalisis data. Analisis data adalah pencarian atau pelacakan pola-pola dengan cara menghimpun



fakta dan mendeskripsikannya. Selain itu, menurut Sukardi data kualitatif digambarkan dengan cara menggabungkan dan menggabungkan data yang ada, sehingga memberikan gambaran yang benar tentang sumber datanya. Analisis ini dilakukan terhadap semua data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi.

Metode Penulisan

Dalam penelitian ini, digunakan metode-metode yang terdiri dari:

- a. Deduktif yaitu penulis berusaha mengemukakan kaedah-kaedah umum mengenai strategi *digital marketing* pada *Halal Network International* Herba Penawar Alwahida Indonesia Pekanbaru 4 dalam menghadapi *volatility*, *uncertainty*, *complexity* dan *ambiguity* (VUCA), yang kemudian di analisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif yaitu mengemukakan fakta-fakta khusus yang kemudian di analisis dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif sebagai bahan pendukung kedua metode di atas, penulis juga melakukan metode Deskriptif, yaitu mengungkapkan atau menggambarkan fakta-fakta sebagaimana adanya, tidak menambah-nambah dan tidak pula mengurangi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas tentang strategi *digital marketing* industri halal pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 dalam menghadapi *volatility, uncertainty, complexity, dan ambiguity* (VUCA) di era *society* 5.0 dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam menjalankan strategi pemasaran digitalnya PT Halal Network International Herba Penawar Alwahida dalam menghadapi kondisi *volatility* strateginya adalah melakukan meeting pertemuan khusus leader HNI membahas terkait digital marketing dan berencana mengadakan pelatihan khusus untuk para leader sebagai persiapan untuk menghadapi era teknologi saat ini. PT HNI HPAI juga telah menyiapkan media digital seperti *website*, beberapa aplikasi resmi HNI, whatsapp, serta mendukung para mitra-mitranya untuk turut aktif di media sosial. Strategi dalam menghadapi kondisi *uncertainty* yaitu BC HNI-HPAI juga memanfaatkan beberapa aplikasi digital yang telah disediakan oleh HNI pusat dan *unofficial*, hal ini membuat BC HNI semakin mudah dalam memasarkan produknya, serta untuk mempermudah dalam mendapatkan informasi terupdate dan melakukan edukasi secara offline dan online. Pada kondisi kompleksitas, strategi BC HNI Pekanbaru 4 yaitu mencari pengelola khusus yang memiliki keahlian di bagian digital marketing dan

berusaha memperluas pemasaran HNI tidak hanya melalui edukasi secara *home sharing* saja namun juga melalui pemanfaatan media digital saat ini. Sedangkan pada kondisi *ambiguity*, strategi yang dilakukan adalah sasaran pemasaran HNI adalah para generasi milenial saat ini yang sudah mahir menggunakan media digital dan teknologi yang canggih dengan cara melakukan edukasi kepada para generasi milenial.

2. Tantangan yang ada saat ini pada BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 adalah harus siap dengan kehadiran teknologi, harus turut serta lebih aktif lagi dan mampu mengelola sosial media agar pemasaran produk HNI semakin dikenal, BC HNI-Pekanbaru 4 harus menyiapkan produk sesuai dengan permintaan konsumen yang sifatnya *lifestyle* dan terus *upgrade skill* mengikuti dengan perkembangan di era *society 5.0*.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian, saran yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut.

1. Karena semakin berkembangnya dunia teknologi saat ini, menurut penulis strategi yang dilakukan BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 masih belum mampu untuk menghadapi kondisi VUCA di era saat ini maka diharapkan BC HNI-HPAI pekanbaru 4 jangan hanya mengandalkan HNI pusat saja, tetapi juga harus aktif sosial media dan lebih gencar lagi dalam mempromosikan produk HNI dengan memanfaatkan berbagai teknologi yang ada saat ini merupakan salah satu peluang bagi BC HNI Pekanbaru 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

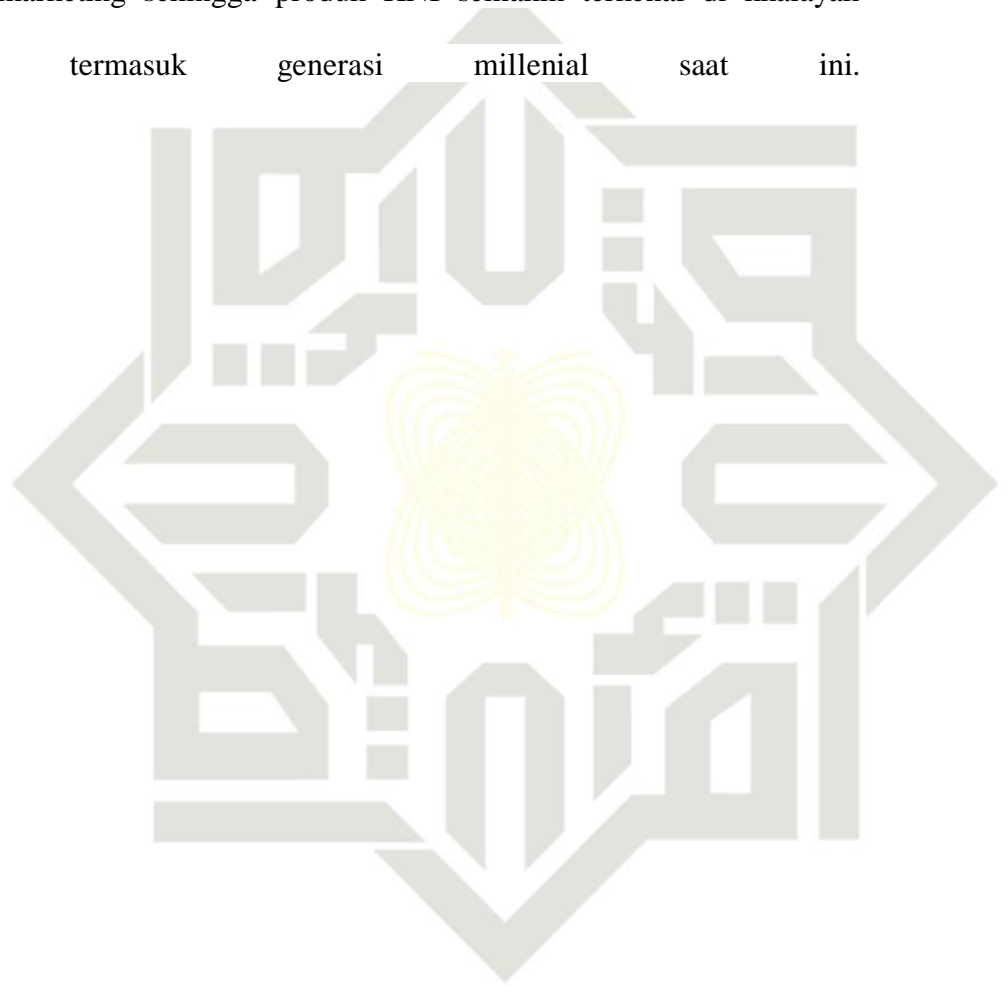
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam memasarkan produknya karena dengan menggunakan media digital semua pekerjaan semakin mudah.

2. Dengan adanya tantangan yang ada saat ini diharapkan BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 semakin bersemangat dalam mengupgrade skill di bidang digital marketing sehingga produk HNI semakin terkenal di khalayak umum termasuk generasi millennial saat ini.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-buku

- Andy Prasetyo Wati, Jefry Aulia Martha, Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. Edited by Nadya Artha Fransiska. 1st ed. Malang: Edulitera, 2020.
- Dwihartanti. "Kajian Teoritis Dan Metodologi Penulisan." *Dwihartanti*, 2016.
- Febrianty, Vera Th. C. Siahaya Andurohim, Taufiqurrahman, I Wayan Edi Arsawan, Erica Albertina S, Posma Sariguna Johnson Kennedy, and Niputu Candra Prastya Dewi. *New Normal Era*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- HNI. *PANDUAN SUKSES*. Halal Network International, 2021.
- Johansen Bob. "Leaders Make the Future: Ten New Leadership Skills for an Uncertain." *Amazon.Com*.
- Kaufman, I., & Horton, C. *Digital Marketing: Integrating Strategy and Tactics with Values, a Guidebook for Executives, Managers, and Students*. Britania Raya: Routledge, 2014.
- Prof. Ir. Sukoso, M.Sc, P.hD, MS Dr. Ir. Adam Wiryawan, Msi Dr. Ir. Joni Kusnadi, and MP Dr. Sucipto, S.TP. *Ekosistem Industri Halal 2020*. Edited by MP Dr. Sc. Asep A. Prihanto, S.Pi., MSc Muhamad Irfan Sukarna, SE. Ak, and S.Pt Hartono Harimurti. *Bank Indonesia*, 2020.
- Ridwan Sanjaya, Josua Tarigan. *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2009.
- Soedigno, Venje Rahardjo, Sutan Emir Hidayat, Inza Putra, and Ishmah Qurratu'ain. *Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia. Insight (Islamic Economy Bulletin)*. Jakarta, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&I*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Tati Handayani, Pusporini. *Membangun UMKM Syariah Di Industri Halal*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2021.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Jurnal

- Adithya Hiakbar, Wan laura Hardilawati, Sulistiyandari, and Universitas Muhammadiyah Riau. “Analisis Pengaruh VUCA Environment.” *jurnal ilmiah mahasiswa merdeka EMBA 2*, no. 1 (2023): 78–90.
- Asaniyah, Neneng. “Pelestarian Informasi Koleksi Langka :Digitalisasi, Restorasi, Fumigasi.” *Buletin Perpustakaan*, no. 57 (2017): 85–94.
- Bakar, Abu, Arifa Pratami, and Aji Pribadi Sukma. “Analisis Fiqih Industri Halal.” *Taushiah* 11, no. 1 (2021): 3.
- Butary, B Al, A Soemitra, Z Nawawi, and ... “Strategi Perencanaan Pengembangan Industri Halal Menuju Era Revolusi Industri Dan Society 5.0 Oleh Al Jam’iyatul Washliyah.” ... *Seminar Nasional Hasil ...* (2021): 3.
- Ellitan, Lena. “The Role of Dynamic Capability in Mediating The Effects of Environmental Dynamism and Managerial Capabilities on Firm Performance: A Preliminary Study.” *Entrepreneurship & Business* 1, no. 2 (2020): 70–83.
- Fitriani, Ajeng Pipit. “Peran Akuntan Syariah Dalam Menghadapi Society 5.0 Pada Era VUCA.” *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance* 2, no. 1 (2022): 77–79.
- Handayani, Siti. “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Budidaya Jamur Tiram Riau Mitra-Mushroom Di Kelurahan Sialang Rampai, Kecamatan Kulim, KotaPekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi Islam.” *UIN Suska Riau*, 2020.
- Harizah, Siti, and Mohammad Usman. “Industri Halal Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” *IZZI: Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2022): 153.
- Jamilah, Siti. “Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment.” *Unhas Makassar* (2007): 1–30.
- Kholifatul Husna Asri, Faridudin Malikur Rahmat. “Digitalisasi Perbankan Syariah Di Era VUCA” 01, no. 01 (2022): 27–36.
- Mustofa. “Digitalisasi Koleksi Karya Satra Balai Pustaka Sebagai Upaya Pelayanan Di Era Digital Natives.” *perpustakaan universitas airlangga* 8, no. 2 (2018): 61–68.
- Nata, Gusti Ngurah Mega. “Knowledge Discoverry Pada Email Box Sebagai Penunjang.” *jurnal sistem informatika* (2017): 26–36.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Poernomo, Baby. "Peran Perguruan Tinggi Dalam Menyiapkan Pemimpin Masa Depan Menghadapi Era VUCA." *Prosiding Seminar Stiami* 7, no. 2 (2020): 73.

Sry Rosita. "Pengaruh Konflik Peran Dan Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Laryawan Fakultas Ekonomi Program Ekstensi Universitas Jambi." *Mankeu* (2013).

Sukmana, Ena. "Peran Pustakawan Pada Era Digital." *UPT Perpustakaan ITB* (2014): 1.

Wardi, Jeni. "Pengaruh Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Karakteristik Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (Dwika Lodia Putri, Jeni Wardi & Reni Farwitawati)." *Pekbis* 8, no. 2 (2016): 144–154.

Yakin Bakhtiar Siregar. "Digitalisasi Arsip Untuk Efisiensi Penyimpanan Dan Akseibilitas." *Administrasi dan Kesekretariatan* 4, no. 1 (2019): 1–19.

C. Website/Internet

Pangestika, Witdya. "Digital Marketing: Pengertian Dan Jenis Strategi Penerapan Bisnis." *Mekari Jurnal*. Last modified 2022. Accessed July 9, 2023. <https://www.jurnal.id/id/blog/mengenal-digital-marketing-konsep-dan-penerapannya/>.

LAMPIRAN WAWANCARA

Wawancara dengan owner dan staff BC HNI-HPAI Pekanbaru 4

1. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu lakukan terhadap perubahan regulasi/aturan pemerintah di era saat ini?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu lakukan untuk memenuhi permintaan konsumen ?
3. Bagaimana strategi pemasaran Bapak/Ibu dalam menghadapi perkembangan teknologi ini?
4. Bagaimana inovasi produk yang Bapak/Ibu lakukan agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam pemasaran produk di era saat ini ?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu lakukan dalam mengumpulkan informasi pada era sekarang?
6. Bagaimana strategi pemasaran yang Bapak/Ibu lakukan dalam menghadapi ketidakpastian hasil yang akan di peroleh dalam memasarkan produk ?
7. Bagaimana strategi pemasaran Bapak/Ibu dalam menghadapi ketidakpastian menentukan kemungkinan-kemungkinan yang terjadi dalam pemasaran produk ?
8. Bagaimana tingkat kesulitan yang Bapak/Ibu alami dalam pemasaran produk ?
9. Apa tindakan yang Bapak/Ibu lakukan dalam strategi struktur bisnis agar mempermudah pemasaran produk ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

10. Bagaimana cara Bapak/Ibu menentukan wewenang yang jelas agar pemasaran produk berjalan dengan baik ?
11. Bagaimana strategi yang Bapak/Ibu lakukan untuk menentukan tujuan dan sasaran dalam pemasaran produk pada saat ini?
12. Bagaimana cara Bapak/Ibu bertanggung jawab agar pemasaran produk berjalan dengan baik di era saat ini ?
13. Bagaimana strategi pemasaran yang bapak/ibu lakukan dalam menguasai lingkungan bisnis pada saat ini ?
14. Apa saja tantangan yang Bapak/Ibu hadapi pada kondisi volatilitas ?
15. Apa saja tantangan yang Bapak/Ibu hadapi pada kondisi uncertainty (ketidak pastian) ?
16. Apa saja tantangan yang Bapak/Ibu hadapi pada kondisi complexity ?
17. Apa saja tantangan yang Bapak/Ibu hadapi pada kondisi Ambiguity ?

LAMPIRAN DOKUMENTASI WAWANCARA



Dokumentasi Wawancara dengan bapak Habib (Staff BC HNI Pekanbaru 4)



Wawancara dengan bapak Arul (Owner BC HNI-HPAI Pekanbaru 4)

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



Wawancara dengan bapak Sugeng (Staff BC HNI-HPAI Pekanbaru 4)



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Gambar aplikasi Resmi dari PT HNI-HPAI dan *Unofficial*



Gambar aplikasi HNI-HPAI Pekanbaru 4



Aplikasi HNI Support System

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

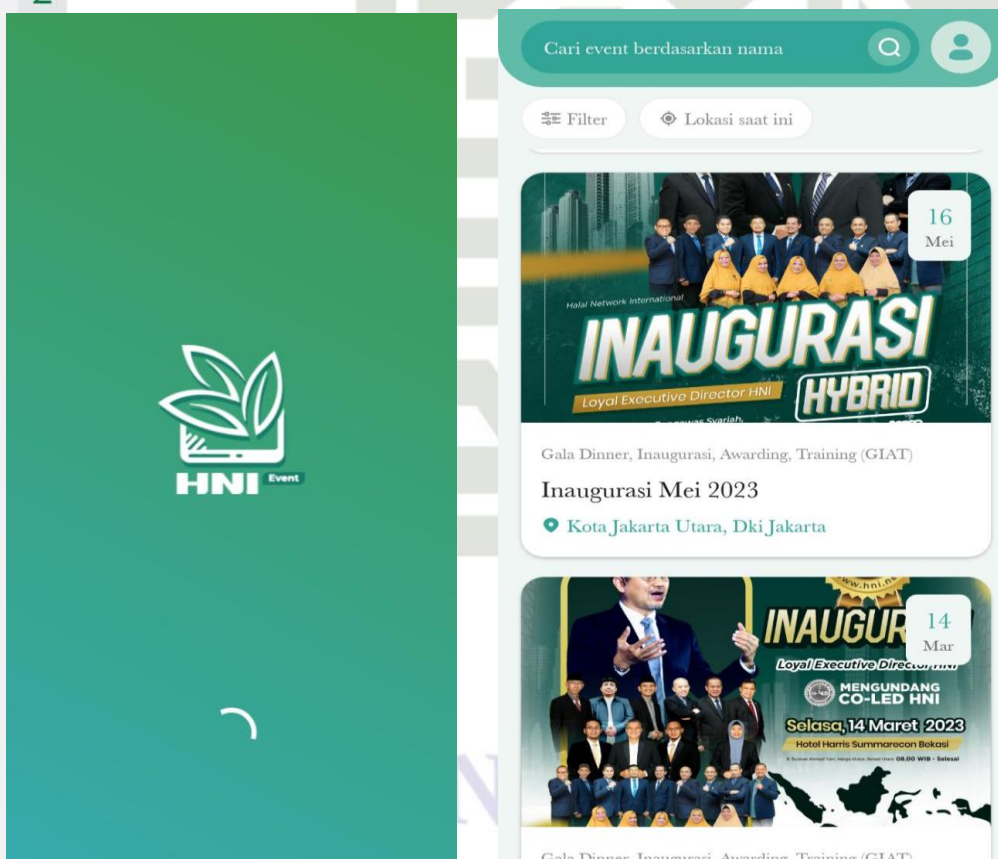
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

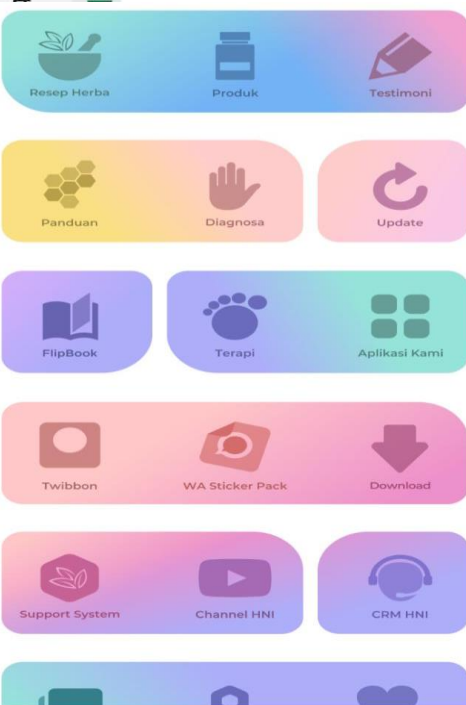


Gambar Aplikasi HSIS Mobile



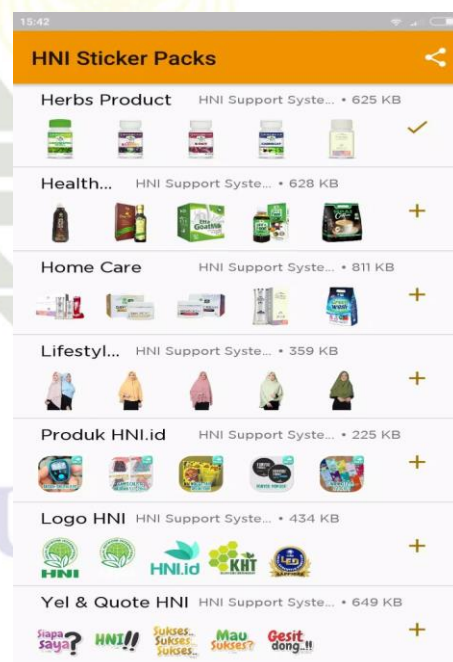
Gambar aplikasi HNI Event

© Hal



Gambar aplikasi Resep Herba HNI

- Hak Cipta
1. Dilarang meniru atau swaguan atau seuruu karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyeeukan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar HNI WA Stickers



BIOGRAFI PENULIS

SEPTY RAHMA DWI, lahir di Desa Mahato pada tanggal 04 September 2000, anak dari ayahanda Suyono dan ibunda Rasiyem. Saya merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, memiliki 1 abang dan 1 adik perempuan. Penulis berpendidikan formal pada tahun 2006 di SDN 023 Simpang Badak Desa Mahato, pada tahun 2013 saya melanjutkan ke tingkat SLTP di MTS Nurul Iman, dan kemudian pada tahun 2016 melanjutkan ke tingkat SLTA di MA Nurul Iman Mahato. Pada tahun 2019 penulis kemudian melanjutkan pendidikan perguruan tinggi melalui jalur undangan SPAN-PTKIN dan lulus di program studi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis merupakan mahasiswa program studi ekonomi syariah Fakultas Syariah dan Hukum.



Selama menjadi mahasiswa penulis telah melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di kantor BAZNAS Kota Pekanbaru yang berada di dekat jalan Jend. Sudirman Pekanbaru pada bulan Juli-Agustus pada tahun 2021, dan penulis juga telah melaksanakan kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Sukarjo Mesim kecamatan Rupert Kabupaten Bengkalis pada bulan Juli-Agustus tahun 2022. Dengan ketekunan serta motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi ini dengan judul **“STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA BUSINESS CENTER HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA PEKANBARU 4 DALAM MENGHADAPI VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPLEXITY DAN AMBIGUITY (VUCA)”**. Syukur alhamdulillah dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal 05 Juli 2023 dalam sidang Munaqasya Ujian Sarjana (S1) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan IPK 3.51 dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).

Selama menjadi mahasiswa penulis telah melakukan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di kantor BAZNAS Kota Pekanbaru yang berada di dekat jalan Jend. Sudirman Pekanbaru

pada bulan Juli-Agustus pada tahun 2021, dan penulis juga telah melaksanakan kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Sukarjo Mesim kecamatan Rupert Kabupaten Bengkalis pada bulan Juli-Agustus tahun 2022. Dengan ketekunan serta motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir yaitu skripsi ini dengan judul

“STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA BUSINESS CENTER HALAL NETWORK INTERNATIONAL HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA PEKANBARU 4 DALAM MENGHADAPI VOLATILITY, UNCERTAINTY, COMPLEXITY DAN AMBIGUITY (VUCA)”. Syukur alhamdulillah

dinyatakan LULUS dengan predikat Cumlaude pada tanggal 05 Juli 2023 dalam sidang Munaqasya Ujian Sarjana (S1) Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan IPK 3.51 dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).