

ABSTRAK

Ismi Kamila, 2024.“Penerapan *Content Marketing* Pada Halal *Fashion* Dan Kecantikan Di Kota Palopo” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mujahidin.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *content marketing* yang diterapkan oleh pelaku usaha halal *fashion* dan kecantikan di Kota Palopo dalam mempertahankan dan menjalankan usahanya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menggunakan teknik observasi dan wawancara, dimana informan yang diwawancarai sebanyak 10 orang dengan menggunakan teknik analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data dan verifikasi data.

Penerapan *content marketing* yang dilakukan oleh pelaku usaha halal *fashion* dan kecantikan di Kota Palopo sudah diterapkan dengan baik, untuk beberapa indikator *content marketing*, seperti dalam memastikan konten tetap relevan melalui menyesuaikan target pasar dan menentukan tipe konten. Agar memenuhi akurasi konten melalui konten dipastikan agar akurat sesuai dengan fakta produk yang dipromosikan, selanjutnya agar membuat konten yang bernilai melalui konten yang mengandung informasi. Indikator lainnya yaitu mudah dipahami melalui konten yang disajikan menggunakan bahasa yang jelas dan sederhana. Selain itu pelaku halal *fashion* dan kecantikan dengan konsisten membuat konten promosi dihari-hari tertentu, namun hal ini tidak diterapkan kesemua jenis konten yang digunakan sehingga konten edukatif, inspirasional dan interaktif yang digunakan para pelaku usaha belum mempunyai jadwal posting dan pembuatan konten yang teratur. Sedangkan dampak dari *content marketing* pada usaha adalah: Meningkatkan loyalitas konsumen, menarik konsumen, meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

Kata Kunci : *Content Marketing*, Halal *Fashion* dan Kecantikan