

ABSTRAK

Devina Aulia Safitri 12405193028, Implementasi Pemanfaatan E-commerce Dalam Strategi Pemasaran UMKM TropiscoTulungagung di Era Industri 4.0. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2023, Pembimbing:Fitrianatsany, S.sos.. M.A.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat menuntut para masyarakat untuk mulai mengenal dan juga selalu berhubungan apapun dengan internet. Transformasi baru dalam peluang berbisnis didorong dengan perkembangan teknologi dan juga internet. Salah satu hidup baru yang lahir adalah belanja melalui internet atau bisa disebut sebagai *e-commerce*. Pemanfaatan *e-commerce* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, tetapi juga dilakukan oleh UMKM yang terus berinovasi melalui strategi pemasaran yang digunakan pada usahanya. Namun demikian, ketatnya dari persaingan dunia bisnis membuat para pengusaha yang baru merintis usahanya harus benar-benar memikirkan strategi yang tepat dan kemudian menerapkan dalam usaha mereka. Membangun bisnis online bisa menjadi pilihan yang tepat dalam memulai usaha di era ini.

Munculnya era revolusi industri 4.0 pada sekitar abad ke-21 telah membawa dampak perubahan baru bagi dunia. Munculnya industri 4.0 ditandai dengan adanya *Internet Of Things* (IOT) yang artinya penggunaan internet sangat berpengaruh dalam usaha di bidang industri. Di era industri digital tersebut semua proses produksi didukung dengan keberadaan internet. Penerapan konsep industri 4.0 ini memberikan dampak bagi seluruh sektor yang ada, tak terkecuali sektor bisnis.

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi Implementasi Pemanfaatan *E-commerce* dalam Strategi Pemasaran UMKM di Era Industri 4.0 pada usaha Tropisco Tulungagung. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dalam strategi pemasaran di era industri 4.0 dapat meningkatkan pendapatan usaha dari Tropisco Tulungagung, produk yang dipasarkan mudah dikenal oleh para konsumen sehingga mereka dimudahkan untuk mendapatkan pelanggan. Selain itu juga pemanfaatan *e-commerce* dapat menghemat biaya dan juga meningkatkan kecepatan bertransaksi.

Kata Kunci: *E-commerce*, Strategi Pemasaran, UMKM, dan Era Industri 4.0

ABSTRACT

Devina Aulia Safitri 12405193028, Implementation of E-commerce Utilization in MSME Marketing Strategy in TropiscoTulungagung the Industrial Age 4.0. Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah, 2023, Supervisor: Fitriyanatsany, S.sos.. M.A.

The rapid development of information technology requires people to get to know and always have anything to do with the internet. New transformations in business opportunities are driven by developments in technology and the internet. One of the new lives that was born is shopping via the internet or can be called e-commerce. The use of e-commerce is not only carried out by large companies, but also by MSMEs which continue to innovate through the marketing strategies used in their businesses. However, the intense competition in the business world makes entrepreneurs who are just starting their business really think about the right strategy and then implement it in their business. Building an online business can be the right choice in starting a business in this era.

The emergence of the era of the industrial revolution 4.0 around the 21st century has brought new changes to the world. The emergence of industry 4.0 is marked by the existence of the Internet of Things (IOT), which means that the use of the internet is very influential in business in the industrial sector. In the era of the digital industry, all production processes are supported by the existence of the internet. The application of the Industry 4.0 concept has an impact on all existing sectors, including the business sector.

This research was conducted to identify the Implementation of E-commerce Utilization in the MSME Marketing Strategy in the Industrial Age 4.0 in the Tropisco Tulungagung business. The research method used in this study is a qualitative method. Collecting data in this study is the method of observation, interviews, and documentation. The results of this study indicate that the use of e-commerce in marketing strategies in the industrial era 4.0 can increase business income from Tropisco Tulungagung, products that are marketed are easily recognized by consumers so that they find it easier to get customers. In addition, the use of e-commerce can save costs and also increase the speed of transactions.

Keywords: *E-commerce, Marketing Strategy, MSMEs, Industrial Age 4*