

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peningkatan Daya Saing Bisnis Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Digital Pada UMKM di Kecamatan Durenan” ini ditulis oleh Sevrilya Amanda Citra Maharani, dengan NIM. 12405193064, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh ibu Risdiana Himmati S.E., M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran UMKM bagi perekonomian di Indonesia, serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM yaitu salah satunya persaingan yang semakin ketat. Dalam era globalisasi ini produk-produk oleh UMKM harus bersaing secara ketat salah satu strategi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing yaitu melalui pemanfaatan strategi pemasaran berbasis digital, yang dapat digunakan untuk membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara rinci bagaimana peningkatan daya saing menggunakan strategi pemasaran berbasis digital pada UMKM di Kecamatan Durenan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 48 orang pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Durenan. Data penelitian ini adalah data primer dengan menyebarkan angket atau kuisioner dan data sekunder diperoleh dari website resmi Dinas Koperasi dan Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek (KOMIDAG) dan Badan Pusat Statistika (BPS). Dalam penelitian ini menggunakan metode asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolonieritas, uji auto korelasi dan regresi linear berganda yaitu uji T, uji F, uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kecamatan Durenan. Dengan strategi pemasaran digital berupa pemasaran konten, pemasaran media sosial dan pemasaran SEO mampu membuat UMKM memiliki peluang besar untuk mencapai tujuan usaha yaitu salah satunya meningkatnya daya saing.

Kata kunci: Daya Saing, Strategi Pemasaran, Pemasaran Digital, UMKM

ABSTRACT

The thesis with the title "Increasing Business Competitiveness Through Digital-Based Marketing Strategies in MSMEs in Durenan District" was written by Sevrilya Amanda Citra Maharani, with NIM 12405193064, Department of Sharia Business Management, Faculty of Islamic Economics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, who was supervised by Mrs. Risdiana Himmati S.E., M.Si.

This research is motivated by the important role of MSMEs for the economy in Indonesia, as well as the challenges faced by MSMEs, one of which is increasingly fierce competition. In this era of globalization, MSME products must compete tightly. One of the strategies that can be used by MSME players to increase competitiveness is through the use of digital-based marketing strategies, which can be used to help MSMEs reach a wider market.

The aim of this research is to find out in detail how to increase competitiveness using digital-based marketing strategies for MSMEs in Durenan District.

In this research, researchers used quantitative methods with an associative type of research. Sampling was taken using purposive sampling technique. The total sample was 48 micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Durenan District. The data for this research is primary data by distributing questionnaires and secondary data obtained from the official website of the Trenggalek Regency Cooperatives and Micro Enterprises and Trade Service (KOMIDAG) and the Central Statistics Agency (BPS). This research uses the classical assumption method which consists of the normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, auto correlation test and multiple linear regression, namely the T test, F test, coefficient of determination test (R²).

The results of the research state that digital marketing strategies have an effect on increasing the competitiveness of MSMEs in Durenan District. With digital marketing strategies in the form of content marketing, social media marketing and SEO marketing, MSMEs can have great opportunities to achieve business goals, one of which is increasing competitiveness.

Keywords: *Competitiveness, Marketing Strategy, Digital Marketing, MSMEs*