

ABSTRAK

RENCANA PEMASARAN PRODUK TOKO UMI SHOP TOKO OLEH-OLEH HAJI UMROH DAN BUSANA MUSLIM MUSLIMAH

Satria Virajati Indrawan

16/407275/PEK/22510

Kehadiran revolusi industri 4,0 dapat menjadi peluang sekaligus ancaman bagi banyak orang dari berbagai kalangan. Para pelaku usaha adalah salah satu kalangan yang akan terkena dampak dari revolusi industri 4,0 ini. Apabila tidak dapat mengikuti kemajuan teknologi dan berinovasi maka para pelaku usaha akan terancam mengalami kerugian ataupun dampak negatif lainnya. Untuk dapat mengubah ancaman menjadi peluang tentu dibutuhkan strategi khusus agar mencapai hasil yang maksimal. Namun, untuk menerapkan strategi-strategi tersebut ada beberapa pelaku usaha yang masih mengalami kendala seperti Umi Shop salah satu UMKM yang berusaha memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memajukan bisnisnya dan terkendala masalah pemasaran produknya secara *online* dan *offline*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi rencana pemasaran yang telah dilakukan oleh Toko Umi Shop dan menganalisis permasalahan yang ada selama menggunakan rencana pemasaran tersebut sehingga dapat diterapkan strategi rencana pemasaran yang baru menggunakan dasar teori pembuatan dan penyusunan rencana pemasaran Kotler dan Keller (2016).

Kata kunci: *revolusi industry 4,0, online, marketing*

ABSTRACT

***RENCANA PEMASARAN PRODUCT OF UMI SHOP BY
UMROH HAJJ SOUVENIRS AND MUSLIM MUSLIMAH
CLOTHING***

Satria Virajati Indrawan

16/407275/PEK/22510

The presence of the industrial revolution 4.0 can be an opportunity and a challenge for many people from various walks of life. The business people are one of those who will oppose the revolution of Industry 4.0. If you cannot start technological advancements and innovate, then business people will be threatened to experience an increase. To be able to turn risks into opportunities, strategies are needed specifically to achieve maximum results. However, to implement these strategies there are some efforts that still need to be transferred, such as Umi Toko, one of the UMKM that supports the use of technology to advance its business and is constrained by the problem of marketing its products online and offline.

The purpose of this research is to plan a marketing plan that has been carried out by Toko Umi Shop and analyze its relevance while using the marketing plan so that it can implement a new marketing plan, using the basic theory of making and compiling Kotler and Keller's marketing plan (2016).

Keywords: *industrial revolution 4.0, online, marketing*