

STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM AYSHILA BAG
MARKETING STRATEGY FOR AYSHILA BAG MSMEs

Oleh

MUHAMAD YUSRIL NURFADILAH
61404022000299

TUGAS AKHIR



JURUSAN MANAJEMEN PEMASARAN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

2025

STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM AYSHILA BAG
MARKETING STRATEGY FOR AYSHILA BAG MSMEs

Oleh
MUHAMAD YUSRIL NURFADILAH
61404022000299

TUGAS AKHIR

Telah disahkan dan disetujui pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 17 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Sugihartono, SH., MM
NIDN/NUPTK: 0719046601

Dian Rusmana, SE., MM
NIDN/NUPTK: 3953774675130272

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S
NIDN/NUPTK : 2017065701

STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM AYSHILA BAG

MARKETING STRATEGY FOR AYSHILA BAG MSMEs

Oleh :

MUHAMAD YUSRIL NURFADILAH
61404022000299

TUGAS AKHIR

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 17 Juli 2025

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Mega Indah Edityawati, SE., MM
NIDN/NUPTK: 0418028503

Nuryani Susana, S.Pd, MH
NIDN/NUPTK: 0330106805

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen Pemasaran

Dian Rusmana, SE., MM
NIDN/NUPTK: 3953774675130272

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Muhamad Yusril Nurfadilah
NIM : 61404022000299
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran UMKM Ayshila Bag

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil penelitian dan penulisan dari tugas akhir saya adalah murni pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari tugas akhir saya ini, dengan ini dialihkan hak nya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (tugas akhir) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan tugas akhir ini mempunyai keasamaan atau terdapat unsur penjiplakan

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan Saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar ahliterhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:

- a. Pencabutan gelar ahli madya saya yang telah saya terima.
- b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Depok 17 Juli ,2025

Penulis,

Muhamad Yusril Nurfadilah

Nama Lengkap : MUHAMAD YUSRIL NURFADILAH
NIM : 61404022000299
Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran UMKM Ayshila Bag

Abstrak

Dalam dunia bisnis yang makin kompetitif, penting menerapkan pendekatan yang lebih efektif agar usaha dapat bertahan. Oleh karena itu, para pengusaha perlu cermat dan berpikir kritis dalam memanfaatkan kesempatan bisnis sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelaksanaan strategi pemasarannya. Metode promosi yang diterapkan oleh UMKM Ayshila Bag hanya bergantung pada promosi secara offline. Di zaman teknologi, dimana hampir semua aktivitas dilakukan secara online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengenali keunggulan dan keterbatasan yang ada serta tantangan dan kesempatan yang dihadapi oleh UMKM Ayshila Bag. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Waksess, Opportunities, Threats*)

Kata Kunci: SWOT, Kualitatif, UMKM

Abstract

In an increasingly competitive business world, it is important to implement a more effective approach for businesses to survive. Therefore, entrepreneurs need to be careful and think critically when leveraging business opportunities so that companies can enhance their marketing strategy implementation. The promotion methods applied by UMKM Ayshila Bag rely solely on offline promotion. In a technological era where almost all activities are conducted online. The aim of this research is to identify the advantages and limitations as well as the challenges and opportunities faced by UMKM Ayshila Bag. The method used in this research is a qualitative descriptive method using SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

Keywords: SWOT, Qualitative, UMKM

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur kepada Allah SWT berkat rahmat, Hidayah dan Karunia-nya sehingga penulis dapat menyusun Proposal Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Pada UMKM Ayshila Bag”. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli madya pada program Diploma III di jurusan Manajemen Pemasaran, STIE GICI Business School. Dalam penyusunan ini tugas akhir ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan, waktu dan pengalaman penulis. Oleh karena itu ppenulis sangat berharap untuk mendapat saran dan kritik yang bersifat membangun.

Dalam menyusun Proposal ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mildy Rifa’i, SE. Selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang selalu berusaha membangun STIE GICI dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. Selaku Ketua STIE GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Bapak Dian Rusmana, SE., MM. Selaku ketua Jurusan Manajemen Pemasaran sekaligus dosen pembimbing yang selalu berusaha untuk membimbing dan mengembangkan jurusan ini dengan baik.
4. Seluruh Dosen STIE GICI Khususnya Jurusan Manajemen Pemasaran yang telah menyampaikan banyak ilmu kepada penulis.
5. Seluruh Staff STIE GICI yang melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan Angkatan 2022 yang telah bersama-sama menjalani perkuliahan dengan penuh sukacita.
7. Pihak STIE GICI yang telah memberikan izin kepada penulis untuk meneliti dikampus.
8. Bapak Supandi dan Ibu Nurhasanah selaku orang tua penulis yang telah menyelesaikan pengorbanan, do’a dan kasih sayangnya dengan tulus dan penuh suka cita yang menjadi salah satu kekuatan besar bagi penulis dalam

menyelesaikan studinya.

9. Kakak, adik dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
10. Bapak Muhammad Riski Abdulloh Selaku Owner UMKM Ayshila Bag yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan proposal tugas akhir ini.

Dalam penulisan laporan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan, kesalahan dan kekhilafan karena keterbatasan kemampuan penulis, untuk itu sebelumnya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas laporan ini.

Depok, 11 Maret 2025

Muhamad Yusril Nurfadilah
61404022000299

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGUJIAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
LEMBAR ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Pembatasan Masalah.....	3
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.5.1 Maksud Penelitian.....	4
1.5.2 Tujuan Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
 BAB II	
KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2. Manfaat dan Proses Manajemen Strategi Pemasaran.....	7
2.1.3. Strategi Pemasaran	9
2.1.4. Pengertian dan Manfaat Analisis Swot	12
2.1.5. Unsur dan Faktor Analisis SWOT.....	13
2.1.6. Matriks SWOT	14
2.2. UMKM.....	15
2.3. Penelitian Terdahulu	16
 BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain dan Jenis Penelitian.....	24
3.2. Objek, Jadwal dan Lokasi Penelitian	25
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5. Teknik Analisis Data.....	25
3.6. Matriks IE dan EFE.....	25
3.6.1. Teori Pemberian Bobot dan Rating Matriks IE dan EFE.....	25
3.7. Matriks IE.....	28

	3.8. Matriks SWOT.....	29
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Hasil penelitian	31
	4.1.1 Gambaran Rmum Responden dan Lokasi Penelitian	31
	4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	31
	4.1.3. Susunan Organisasi Perusahaan	32
	4.2. Hasil Pembahasan.....	33
	4.2.1. Analisis Internal UMKM Ayshila Bag (Kekuatan dan Kelemahan	33
	4.2.1.1. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	33
	4.2.1.2. <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	35
	4.2.2. Analisis Eksternal UMKM Ayshila Bag (Peluang Ancaman).....	36
	4.2.2.1. Peluang.....	39
	4.2.2.2. Ancaman.....	40
	4.3.1. Analisis SWOT.....	41
	4.3.1.1. Kekuatan (Strenght).....	41
	4.3.1.2. Kelemahan (Weaknesess).....	42
	4.3.1.3. Peluang (Opportunities).....	43
	4.3.1.4. Ancaman (Threats).....	43
	4.3.2. Matriks SWOT.....	44
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1.Simpulan.....	49
	5.2. Saran.....	50
	DAFTAR PUSTAKA.....	31
	LAMPIRAN	32

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Ayshila Bag	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.2. Jadwal Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.6. Tabel Matriks IFE.....	26
Tabel 3.6. Matriks EFE.....	27
Tabel 3.7. Matriks IE.....	28
Tabel 4.3 Stuktur Organisasi Perusahaan.....	32
Tabel 4.2 Perincian Harga UMKM Ayshila Bag.....	34
Tabel 4.3 Matriks SWOT.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	53
Lampiran 2. Kartu Bimbingan.....	56
Lampiran 3. Hasil Cek Plagiarisme.....	57
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup.....	58
Lampiran 5. Dokumentasi Produk.....	59