



**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN
E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
ERA DIGITALISASI**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Oni Tiana

2010101016

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2023**



**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN
E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
ERA DIGITALISASI**

LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Ahli Madya**

Oni Tiana

2010101016

**PROGRAM STUDI PERBANKAN DAN KEUANGAN PROGRAM DIPLOMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Oni Tiana

NIM : 2010101016

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 25 Mei 2023



Oni Tiana

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oni Tiana
Nim : 2010101016
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Perbankan dan Keuangan
Jenis Karya : Laporan Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya yang berjudul:

**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN *E-COMMERCE*
DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITALISASI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 15 Juni 2023

Yang menyatakan,



Oni Tiana

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN
E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI
ERA DIGITALISASI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**Oni Tiana
2010101016**

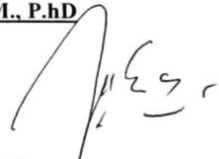
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
pada tanggal : 06 Juni 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE., MM., P.hD
Ketua Penguji



Suharyati, SE., MM.
Penguji I



Jenji Gunaedi Argo, SE., M.M
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I., MM
Ketua Jurusan



Kery Utami, SE., M.Si.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 6 Juni 2023



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR (PKL) PERBANKAN DAN KEUANGAN D-III SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Selasa, tanggal 06 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Tugas Akhir bagi mahasiswa :

Nama : Oni Tina

No.Pokok Mahasiswa : 2010101016

Program : Perbankan dan Keuangan D-III

Dengan judul tugas akhir sebagai berikut :
**STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN E-COMMERCE DALAM
MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITALISASI**

Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D	Ketua	1.
2	Suharyati, S.E., M.M	Anggota I	2.
3	Jenji Gunaedi Argo, SE, MM	Anggota II (**)	3.

Keterangan

*) Cesset yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 06 Juni 2023

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi. Perbankan dan Keuangan D-III

III

Kery Utami, SE., M.Si

**MARKETING STRATEGY OF UMKM THROUGH USE
E-COMMERCE IN INCREASING SALES IN THE
DIGITALIZATION ERA**

by:

Oni Tiana

ABSTRACT

The purpose of writing this final project is to find out the marketing strategy of MSMEs in Sawangan District, Depok City by selling their products using an e-commerce system, to find out the role of e-commerce for MSMEs in Sawangan District, Depok City and to see the advantages and disadvantages of using e-commerce. commerce for MSMEs and consumers. The data obtained in this Final Project Report was by distributing questionnaires to MSMEs in Sawangan District, Depok City with 7 sub-districts each with one respondent, distributing questionnaires to consumers in Sawangan District, Depok City and interviewing MSME administrators in Sawangan District, Depok City. From the results the author has found that e-commerce plays an important role for MSMEs in Sawangan sub-district, especially in the culinary business sector because by using e-commerce their income increases and can make it easier for MSMEs in digital marketing. Consumers also argue that they prefer to shop online.

Keywords: *E-commerce, UMKM, Digitalization, Marketing.*

STRATEGI PEMASARAN UMKM MELALUI PENGGUNAAN *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA DIGITALISASI

Oleh:

Oni Tiana

ABSTRAK

Tujuan Pada penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran Para UMKM pada Kecamatan Sawangan kota Depok dengan menjual produknya menggunakan sistem *e-commerce*, untuk mengetahui peranan *e-commerce* bagi para UMKM pada Kecamatan Sawangan kota Depok dan Melihat kelebihan dan kekurangan dari penggunaan *e-commerce* untuk para UMKM dan konsumen. Data yang diperoleh pada Laporan Tugas Akhir ini dengan menyebarkan kuisisioner kepada para UMKM di Kecamatan Sawangan Kota Depok dengan 7 kelurahan masing-masing satu responden, menyebarkan kuisisioner kepada para konsumen di Kecamatan Sawangan Kota Depok dan mewawancarai pengurus UMKM pada Kecamatan Sawangan Kota Depok. Dari hasil yang penulis sudah dapatkan bahwa *e-commerce* sangat berperan penting bagi para UMKM di kecamatan sawangan khususnya di bidang usaha kuliner karena dengan menggunakan *e-commerce* pendapatan mereka menjadi meningkat dan dapat mempermudah UMKM dalam pemasaran secara digitalisasi. Para konsumen juga berpendapat bahwa mereka lebih memilih berbelanja dengan *online*.

Kata kunci : *E-commerce*, UMKM, Digitalisasi, Pemasaran

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini yang dilaksanakan sejak bulan februari sampai dengan Juni 2023 dengan judul “Strategi Pemasaran UMKM Melalui Penggunaan *E-commerce* Dalam Meningkatkan Penjualan Di Era Digitalisasi” Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I.,MM.,CRA.,CRP Selaku Ketua Jurusan Manajemen. Ibu Kery Utami, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan dan Keuangan Diploma III. Dan Bapak Jenji Gunaedi Argo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran-saran yang sangat bermanfaat.

Selain itu ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi penulis, teman kuliah saya yang selalu mendukung dan saling bertukar informasi mengenai perkembangan tugas akhir ini dan teman terdekat saya yang selalu memberikan semangat dan memberikan dukungan, serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu per satu. Penulis berharap semoga penulisan Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi orang banyak

Jakarta, 25 Mei 2023

DAFTAR ISI

LEMBAR SAMPUL	i
LEMBAR JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN	v
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Tujuan.....	4
I.3 Manfaat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
II.1. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah	6
II.2. Strategi Pemasaran	9
II.3. Digitalisasi.....	12
II.4. <i>E-commerce</i>	13
BAB III METODE PENULISAN	16
III.1. Teknik Pengumpulan Data & Informasi	16
III.2. Teknik Pengolahan dan analisis data	18
BAB IV PEMBAHASAN.....	19
IV.1 Profil UMKM Kecamatan Sawangan sawangan kota Depok.....	19
IV.2 Strategi Pemasaran UMKM Dengan Menggunakan <i>E-commerce</i>	22
IV.3 Peran <i>E-commerce</i> bagi UMKM pada Kecamatan Sawangan kota Depok.....	41
IV.4 Hasil Responden Konsumen pada Kecamatan Sawangan kota Depok Terhadap penggunaan <i>E-commerce</i>	42
IV.5 Kekurangan dan Kelebihan <i>E-commerce</i> Bagi UMKM.....	46

BAB V PENUTUP.....	48
V.1. Simpulan.....	48
V.2. Saran.....	49
RIWAYAT HIDUP	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah UMKM Pada Kecamatan Sawangan pada awal 2023	19
Tabel 2 Bauran pemasaran e-elemen Product (Produk).....	28
Tabel 3 Bauran Pemasaran elemen price (Harga).....	32
Tabel 4 Bauran Pemasaran elemen Place (Saluran Distribusi).....	36
Tabel 5 Bauran Pemasaran elemen Promotion (Promosi):	39
Tabel 6 Kelebihan dan kekurangan <i>e-commerce</i> menurut pelaku UMKM	46
Tabel 7 Kelebihan dan kekurangan <i>e-commerce</i> menurut konsumen	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 2 5 Provinsi Dengan Jumlah UMKM Teratas 2022.....	3
Gambar 3 Bidang Usaha UMKM Pada Kecamatan Sawangan Depok.....	20
Gambar 4 UMKM kecamatan Sawangan yang sudah memakai <i>e-commerce</i>	21
Gambar 5 Usia Pelaku UMKM.....	23
Gambar 6 Jenis Usaha Pelaku UMKM	23
Gambar 7 Platform <i>E-commerce</i> Yang Digunakan Pelaku UMKM Dalam Penjualan	24
Gambar 8 Lamanya Pelaku UMKM Memakai <i>E-commerce</i>	25
Gambar 9 Pendapatan Rata-Rata UMKM sebelum memakai <i>E-commerce</i> Dalam Sebulan.....	26
Gambar 10 Pendapatan Rata-Rata UMKM Setelah Memakai <i>E-commerce</i> Dalam Sebulan.....	27
Gambar 11 Usia Responden Konsumen	42
Gambar 12 Jenis Barang yang Sering Dibeli oleh Konsumen.....	43
Gambar 13 Platform <i>e-commerce</i> yang sering digunakan Konsumen dalam berbelanja <i>online</i>	44
Gambar 14 Dalam Melakukan Pembelian, Lebih Memilih Belanja Secara <i>Online</i> atau <i>Offline</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Pengesahan Judul Tugas Akhir

Lampiran 2 Kartu Monitoring

Lampiran 3 Kueisioner Penelitian Tugas Akhir Untuk UMKM

Lampiran 4 Kuisisioner Penelitian Tugas Akhir Untuk Konsumen

Lampiran 5 Hasil Deskripsi Dari Olahan Data Responden