

ABSTRAKSI

Vetra Nahara Quinta Amalia, Nomor Mahasiswa 152210186, Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “**PERUMUSAN STRATEGI PEMASARAN LI SCARF MENGGUNAKAN MATRIKS SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)**”. Dosen Pembimbing Sauptika Kencana. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi brand lokal Li Scarf dengan memanfaatkan metode analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC).

Li Scarf merupakan brand fashion muslimah yang berfokus pada keoriginalitasan desain dan telah berkembang dari pasar lokal hingga menembus pasar internasional. Namun, tingginya persaingan serta tantangan seperti plagiarisme produk mendorong perlunya perumusan strategi pemasaran yang lebih terarah dan efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Hasil analisis BMC menunjukkan posisi bisnis Li Scarf pada kuadran I SWOT, yaitu mendukung strategi agresif (*growth oriented*). Formulasi strategi yang dihasilkan mencakup pemanfaatan kekuatan internal seperti desain unik serta peluang eksternal berupa tren fashion muslim yang berkembang.

Strategi yang direkomendasikan antara lain memperluas pasar melalui digital marketing, penguatan brand awareness, dan inovasi produk yang ramah lingkungan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan strategi pemasaran UMKM fashion serta menjadi acuan praktis bagi Li Scarf untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usahanya.

Kata Kunci: Atribut Pemasaran, Matriks SWOT, Business Model Canvas.