

**DAMPAK *DIGITALISASI* PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA UMKM *FASHION*  
DI PASAR RAYA PAYAKUMBUH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Andalas**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ANDALAS  
KAMPUS PAYAKUMBUH**

**2024**

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi membawa pengaruh dalam dunia bisnis termasuk dunia pemasaran. Usaha mikro kecil dan menengah bidang *fashion* di pasar Raya Payakumbuh mulai melakukan adaptasi terhadap pemasaran digital dengan mulai melakukan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemasaran digital pada UMKM *fashion* di pasar Raya Payakumbuh dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan dan strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan sebanyak 9 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi produk, kualitas layanan, biaya dan promosi menjadi hal yang diperhatikan UMKM dalam melakukan pemasaran digital, UMKM juga merasakan dampak positif dari segi penjualan, laba dan pertumbuhan usaha yang mengalami peningkatan setelah melakukan pemasaran digital. Pemasaran digital juga membawa perubahan terhadap strategi pemasaran UMKM seperti strategi produk, tempat, harga dan promosi. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk beradaptasi dan mengembangkan strategi pemasaran baru berbasis digital. Implikasi penelitian yaitu pihak UMKM *fashion* di pasar Raya Payakumbuh dapat menjangkau pasar lebih luas dengan memanfaatkan pemasaran digital secara lebih maksimal lagi.

***Kata kunci: Pemasaran Digital, Penjualan, Strategi Pemasaran.***