

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mendeskripsikan pengaruh pemasaran digital terhadap kenaikan volume penjualan UMKM. Masalah pada penelitian ini meliputi seberapa besar kenaikan volume penjualan setelah menerapkan digital marketing dan alasan mengapa pemilik usaha tidak menerapkan pemasaran digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital terhadap volume penjualan produk, dan mengetahui faktor yang menyebabkan pengusaha tidak menerapkan digital marketing

Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara mendalam. Informan pada penelitian ini adalah pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah di tangerang yang berjumlah 10 orang. Temuan pada penelitian ini mencakup tiga hal: (1) Alasan pemilik usaha beralih ke pemasaran digital, yaitu menurunnya penjualan usah, (2) Seberapa besar kenaikan volume penjualan setelah menerapkan pemasaran digital, yaitu sebesar 80% sampai 200%, (3) Alasan mengapa pemilik usaha tidak atau belum menerapkan digital marketing, yang meliputi ke tidak cocokan usaha terhadap penerapan digital marketing; pemasaran digital dirasa tidak efisien dan cenderung rumit dan persaingan dengan supplier.

Kata Kunci: transisi pemasaran, pemasaran digital, volume penjualan

