

**PENGARUH DIGITAL *MARKETING* TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN**

(Studi Pada Pelaku UMKM Kelurahan Banjar)

ARTIKEL

Disusun untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu

Oleh,

UJANG BUBUN
NIM:3402170221



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Penelitian ini meneliti Pengaruh Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan (Suatu Studi pada Pelaku UMKM Kelurahan Banjar. Dengan permasalahan 1) Kurang maksimalnya promosi yang dilakukan para pelaku UMKM Kelurahan Banjar melalui media sosial yang menjadikan produk mudah untuk sampai ke ingatan konsumen. 2) Kurangnya pemahaman dalam menguasai dan mendesain Iklan sehingga mampu menarik konsumen untuk menyukai produk. 3) Kurangnya kreatifitas dan inovasi dalam melakukan strategi terhadap produk sehingga konsumen mengenal dan mengetahui apa saja yang di produksi oleh UMKM Kelurahan Banjar. 4) Adanya penurunan penjualan yang disebabkan pandemi Covid 19. Penelitian ini diambil dari berdasarkan data informasi yang dikumpulkan penulis melakukan berbagai analisa untuk mencapai kesimpulan. Analisa dilakukan dengan menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan jenis penelitiannya adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dengan hasil 1) *Digital Marketing* pada UMKM Kelurahan Banjar termasuk dalam kategori sangat baik. 2) Koefisien korelasi *rank spearman* antara variabel X (*Digital Marketing*) dengan variabel Y (peningkatan penjualan) adalah sebesar 0,985. Itu artinya terdapat korelasi sangat kuat antara variabel X (*Digital Marketing*) dengan variabel Y (peningkatan penjualan).

Kata Kunci : Digital Marketing; Penjualan.