

## ABSTRAK

**Herwin Ega Julianto, NIM. 3402200282. “Peranan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Tingkat Penjualan *Fashion Thrifting* (Suatu Studi Pada UMKM di Kabupaten Ciamis)”. Skripsi. 2025.**

Dalam menghadapi masifnya penggunaan system pemasaran digital, UMKM di daerah-daerah dituntut untuk terus mengembangkan kompetensinya dalam menghadapi perkembangan teknologi, sehingga perlu memastikan strategi digital marketing yang secara optimal. Tingkat penjualan pada setiap entitas usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya penggunaan strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan mengetahui peranan strategi digital marketing terhadap peningkatan tingkat penjualan, kendala dan tantangan yang dihadapi UMKM serta faktor keberhasilan yang mendukung tercapainya peningkatan penjualan berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan menerapkan desain penelitian yang berprinsip fleksibel hingga batas tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital berperan dalam meningkatkan penjualan sekaligus memperluas jangkauan pasar, melalui pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, serta platform komunikasi seperti WhatsApp Business. Oleh karena itu, UMKM *Fashion Thrifting* perlu menerapkan strategi digital marketing dalam proses pemasarannya, guna meningkatkan tingkat penjualan yang ditargetkan.

**Kata kunci: Strategi *Digital Marketing*, Tingkat Penjualan.**