

## INTISARI

### DAMPAK DIGITAL MARKETING TERHADAP PENETRASI PASAR DAN KINERJA BISNIS UMKM FASHION DI INDONESIA

OLEH

**DAME RIA SIMANJUNTAK**

[dameria978@gmail.com](mailto:dameria978@gmail.com)

Masalah utama dalam penelitian ini adalah masih banyak UMKM fashion di Indonesia kebingungan dalam menerapkan strategi *Digital Marketing* untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Berdasarkan latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi *Digital Marketing* mampu meningkatkan business performance UMKM dengan memanfaatkan e-market sensing dan hubungannya dengan market penetration power dari UMKM. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui survei menggunakan kuisisioner yang disebarakan kepada 129 pelaku UMKM fashion di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM-PLS untuk menguji kerangka konseptual. Hasil penelitian membuktikan bahwa semua hipotesis dalam kerangka konseptual diterima dan dapat dikatakan kemampuan *Digital Marketing* dapat meningkatkan *E-market sensing capability* sehingga *Market penetration power* dan *Business performance* pada UMKM fashion di Indonesia mampu meningkat secara signifikan.