Abstract

This study aimed to identify and analyse the challenges faced by Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in improving sales, focusing on digital marketing, capital, and business management. The research employed a qualitative descriptive method. The findings indicated that the principal constraints included a lack of understanding and skills in digital marketing and the use of marketplaces; limited capital structures that still relied primarily on self-financing; and inadequately organised business management, including suboptimal task delegation and human resource management. These findings served as a basis for formulating more effective business development strategies.

Keywords: *MSMEs; Digitalization; Marketing; Capital; Management*

Abstrak

Penelitian ini berujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis tantangan yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan di tinjau dari aspek pemasaran digital, permodalan, dan manajemen usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah desktiptif kualitatif.hasil penelitian menunjukan bahwa kendala utama meliputi : kurangnya pemahaman dana keterampilan dalam pemasaran digital serta penggunaan *marketplace;* keterbatasan struktur permodalan yang masih mengandalkan modal sendiri, serta manajemen usaha yang belum terorganisasi dengan baik, termasuk pembagian tugas dan pengelolaan SDM yang belum maksimal. Temuan ini menjadi dasar untuk menyusun strategi pengembangan usaha yang lebih efektif.

Kata Kunci: UMKM, Digitalisasi, Pemasaran Permodalan, Manajemen