

**PENGARUH *DIGITAL TRANSFORMATION* DAN
MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA BISNIS UMKM *FASHION*
DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI



**Azka Fillah
12016122014**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
JULI 2026**

**PENGARUH *DIGITAL TRANSFORMATION* DAN
MARKETPLACE SHOPEE TERHADAP PENINGKATAN
KINERJA BISNIS UMKM *FASHION*
DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis
Digital



**Azka Fillah
12016122014**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAKTI TUNAS HUSADA
TASIKMALAYA
JULI 2026**

ABSTRAK
PENGARUH *DIGITAL TRANSFORMATION* DAN *MARKETPLACE SHOPEE*
TERHADAP PENINGKATAN KINERJA BISNIS UMKM *FASHION*
DI KOTA TASIKMALAYA

Azka Fillah

Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Bakti Tunas Husada

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Digital Transformation dan Marketplace Shopee terhadap kinerja bisnis UMKM fashion di Kota Tasikmalaya berdasarkan teori Resource-Based View (RBV). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan teknik purposive sampling terhadap 113 pelaku UMKM fashion pengguna shopee. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Transformation dan Marketplace shopee secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM fashion.

Kata kunci: *Digital Transformation, Marketplace Shopee, Kinerja Bisnis, UMKM Fashion, Resource-Based View (RBV).*

Abstract

This study aims to analyze the effects of Digital Transformation and the Shopee Marketplace on the business performance of fashion MSMEs in Tasikmalaya City based on the Resource-Based View (RBV) theory. This research employed an associative quantitative approach with purposive sampling involving 113 fashion MSME owners who use Shopee. Primary data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results showed that Digital Transformation and the Shopee Marketplace partially had a positive and significant effect on business performance. Simultaneously, both variables had a significant effect on improving the business performance of fashion MSMEs.

Keywords: *Digital Transformation, Shopee Marketplace, Business Performance, Fashion MSMEs, Resource-Based View (RBV).*