

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN DUKUNGAN PEMERINTAH TERHADAP KESUKSESAN UMKM DI KOTA MEDAN

Felicia Halim, Jevkin William, Dede Ansyari Guci, Fauzi

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Dalam UMKM banyak factor-faktor yang menjadi peran penting dan tolak ukur dalam kesuksesannya. UMKM diawali dengan aktivitas yang memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Besar responden sebanyak 1.603UMKM. Jumlah sampel sebanyak 95UMKM. Kuesioner dan dokumentasi yang diterapkan dalam penngumpulan data. Hasil penelitian didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,681 > 1,986$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan UMKM di Kota Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $9,779 > 1,986$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu Dukungan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan UMKM di Kota Medan. Hasil perhitungan hipotesis secara simultan diperoleh nilai $F_{hitung} (114,232) > F_{tabel} (3,10)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa hipotesis diterima yaitu *Digital Marketing* dan Dukungan Pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan UMKM di Kota Medan. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 70,7% menunjukkan variasi variabel *Digital Marketing* dan Dukungan Pemerintah terhadap Kesuksesan UMKM sedangkan sisanya sebesar 29,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti modal UMKM, inovasi produk, kreativitas dan sebagainya.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Dukungan Pemerintah, Kesuksesan UMKM