

KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS DIGITAL MARKETING DAN ORIENTASI PASAR PADA UMKM KULINER DI KOTA SUKABUMI

COMPETITIVE ADVANTAGES BASED ON DIGITAL MARKETING AND MARKET ORIENTATION ON CULINARY MSMES IN SUKABUMI CITY

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital *marketing* dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kota Sukabumi dan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan antara digital *marketing* dan orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kota Sukabumi. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner di Kota Sukabumi yang terdiri dari 324 UMKM kuliner. Pengambilan sampel yang berjumlah 100 UMKM kuliner dilakukan dengan *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, wawancara, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan dan parsial bahwa variabel digital *marketing* dan orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kota Sukabumi. Faktor dasar yang paling dominan mempengaruhi keunggulan bersaing pada UMKM kuliner di Kota Sukabumi adalah digital *marketing*.

Kata Kunci: Keunggulan Bersaing, Digital *Marketing*, Orientasi Pasar.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital marketing and market orientation on the competitive advantage of culinary SMEs in Sukabumi City and to find out which variables are the most dominant between digital marketing and market orientation towards competitive advantage in culinary SMEs in Sukabumi City. The population in this study is culinary SMEs in Sukabumi City consisting of 324 culinary SMEs. Sampling of 100 culinary SMEs was carried out by purposive sampling. The analytical method used in this research is descriptive and verification method. Data collection techniques through questionnaires, observations, interviews, and literature studies. Data analysis using multiple linear regression. The results of this study indicate simultaneously and partially that digital marketing and market orientation variables have a positive and significant impact on competitive advantage in culinary SMEs in Sukabumi City. The most dominant basic factor influencing the competitive advantage of culinary SMEs in Sukabumi City is digital marketing.

Keywords: *Competitive Advantage, Digital Marketing, Market Orientation.*