

**KEUNGGULAN BERSAING BERBASIS DIGITAL MARKETING DAN
INOVASI PADA UMKM KULINER DI KABUPATEN SUKABUMI**

***COMPETITIVE ADVANTAGES BASED ON DIGITAL MARKETING AND
INNOVATIONS ON CULINARY MSMEs IN SUKABUMI REGENCY***

Alifia Risdiani¹⁾; Dwi Gemina²⁾; Endang Silaningsih³⁾

Program Management Studies Faculty of Economics, University of Djuanda

E-mail: alifiarisdiani9@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* dan inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner berdasarkan persepsi pelaku usaha UMKM Kuliner di Kabupaten Sukabumi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan anggota populasi sebanyak 63 UMKM dengan teknik *nonprobability sampling* menggunakan sampling jenuh sehingga menggunakan seluruh populasi sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis linier berganda dengan menggunakan alat analisis data yaitu IBM SPSS 25. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa digital marketing dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner di Kabupaten Sukabumi dengan persentase sumbangan variabel *digital marketing* dan inovasi sebesar 84,5% dan sisanya sebesar 15,5% disebabkan karena faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti keahlian atau tingkat pendidikan pekerja, keahlian pengusaha, ketersediaan modal, sistem organisasi dan manajemen yang baik, ketersediaan teknologi, dan ketersediaan informasi.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Inovasi, Keunggulan Bersaing, UMKM.

ABSTRACT

Based on the perceptions of Culinary MSME business players in Sukabumi Regency, the goal of this study is to examine the impact of digital marketing and innovation on the competitive advantages of culinary MSMEs. The study used a quantitative method with a population of 63 MSMEs and nonprobability sampling techniques employing saturated sampling to survey the full population. The data analysis tool IBM SPSS 25 was used to perform descriptive analysis and multiple linear analysis. Based on the findings, it can be concluded that digital marketing and innovation have a positive and significant impact on the competitive advantages of culinary MSMEs in Sukabumi Regency, with a variable contribution percentage of 84.5 percent due to digital marketing and innovation and 15.5 percent due to other factors not studied in this study, such as worker expertise or level of education, employer expertise, capital availability, and Goo.

Keyword: *Competitive advantage, Digital Marketing, Innovation, MSMEs.*