

## ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dan komunikasi melalui pemanfaatan media sosial seperti digital marketing menjadi pilar utama penyampaian informasi. Pada dasarnya usaha kecil rumahan tetap membutuhkan media pemasaran yang tepat untuk mempromosikan produknya. Banyak pebisnis yang menggunakan media sosial yang ada sebagai alat untuk memasarkan produk perusahaan dan mempromosikan ke publik. Seperti UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 mulai berjualan produk secara *online* melalui WhatsApp dan Instagram. Hal ini membuktikan kemampuan UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 untuk beradaptasi seiring perkembangan teknologi. UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 telah menggunakan beberapa media sosial seperti WhatsApp dan Instagram yang dapat memperkenalkan produk, memudahkan konsumen untuk memilih produk dari berbagai macam dan kualitas, dan tentunya semakin banyak pengguna media sosial yang mengetahui keberadaannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan kompetensi wirausaha terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kripik Tempe Pecah 10000. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini melibatkan konsumen UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 yang mengikuti atau yang bertransaksi dengan UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 melalui media sosial WhatsApp dan Instagram. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan digital marketing dan kompetensi wirausaha memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran pada UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kompetensi Wirausaha dan Kinerja Pemasaran

## ABSTRACT

*The rapid development of technology and communication through the use of social media such as digital marketing has become the main pillar of information communication. Basically, small home businesses still need the right marketing media to promote their products. Many business people use existing social media as a tool to market company products and promote them to the public. For example, UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 started selling products online via WhatsApp and Instagram. This proves the ability of UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 to adapt along with technological developments. UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 has used several social media such as WhatsApp and Instagram which can introduce products, make it easier for consumers to choose products from various types and qualities, and of course more and more social media users know about its existence. The purpose of this study was to determine the effect of digital marketing and entrepreneurial competence on marketing performance at UMKM Kripik Tempe Pecah 10000. The method used in this study is the quantitative method. This study involved consumers of UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 who followed or transacted with UMKM Kripik Tempe Pecah 1000 through social media WhatsApp and Instagram. The results of this study indicate that the use of digital marketing and entrepreneurial competence have a significant influence on marketing performance at UMKM Kripik Tempe Pecah 1000.*

*Keywords: Digital Marketing, Entrepreneurial Competence and Marketing Performance*

