

ABSTRAK

Nama : Ema Safwani
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Digital Marketing* Dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Digital Marketing* Dan Modal Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara, dengan adanya data jumlah UMKM di Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara pada tahun 2024. Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu *Digital Marketing* Dan Modal Usaha. Sedangkan variabel dependen yaitu Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuisioner yang berisi pertanyaan dan pernyataan dengan membagikannya kepada Pelaku UMKM yang bersangkutan di Kecamatan Tanah Luas, Kabupaten Aceh Utara. Teknik pemberian skor menggunakan skala likert. Penelitian ini dilakukan pada 90 sampel Pemilik UMKM DI Kecamatan Tanah Luas Aceh Utara. Penarikan sampel dihitung menggunakan rumus slovin. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), Modal Usaha secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) dan *Digital Marketing* Dan Modal Usaha secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Dalam upaya mengembangkan usaha penggunaan *digital marketing* mampu meningkatkan pengunjung di sosial media, walau tidak berdampak langsung pada penjualan. Tetapi secara jangka panjang dengan adanya keterlibatan yang baik, pada akhirnya akan berujung pada peningkatan jumlah pembelian juga. Dalam upaya mengembangkan usahanya para pelaku usaha harus menyiapkan modal usaha sebelum melakukan suatu usaha sehingga dapat mengembangkan usahanya.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Modal Usaha dan Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

ABSTRACT

Name : Ema Safwani
Study Program : Islamic Economics
Title : *The Influence of Digital Marketing and Business Capital on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) from an Islamic Economic Perspective in Tanah Luas District, North Aceh Regency*

This study aims to determine the Influence of Digital Marketing and Business Capital on the Development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in an Islamic Economic Perspective in Tanah Luas District, North Aceh Regency, with data on the number of MSMEs in Tanah Luas District, North Aceh Regency in 2024. The Independent Variables in this study are Digital Marketing and Business Capital. While the dependent variable is the Development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This type of research uses a quantitative method. Data collection uses a questionnaire containing questions and statements by distributing it to the relevant MSME Actors in Tanah Luas District, North Aceh Regency. The scoring technique uses a Likert scale. This study was conducted on 90 samples of MSME Owners in Tanah Luas District, North Aceh. Sampling is calculated using the Slovin formula. This study uses multiple linear regression analysis with the SPSS (Statistical Program for Social Science) program. The results of the study show that Digital Marketing partially has a positive and insignificant effect on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Business Capital partially has a positive and significant effect on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) and Digital Marketing and Business Capital simultaneously have a positive and significant effect on the Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In an effort to develop a business, the use of digital marketing can increase visitors on social media, although it does not have a direct impact on sales. But in the long term with good engagement, it will ultimately lead to an increase in the number of purchases as well. In an effort to develop their business, business actors must prepare business capital before starting a business so they can develop their business.

Keywords : *Digital Marketing, Business Capital and Development of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)*