

ABSTRAK

NUR NADIAH ARFAN. 105 250261 15. 2019. Penggunaan internet setiap hari mengalami peningkatan. Hal ini yang harus disadari oleh para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh pelaku UMKM untuk mendukung promosi penjualan ialah *digital marketing*. Kemajuan ini dianggap sangat berguna sebagai strategi pemasaran bisnis yang juga dilakukan oleh UMKM. Penggunaan *E-business*, *E-commerce*, *social media*, *social chat* dan bahkan beriklan sangat mendukung UMKM dalam promosi, pemasaran dan penjualan. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi pendapatan usaha yang diperoleh UMKM di Kota Makassar setelah menggunakan *digital marketing*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner melalui *google form*. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS 22. Hasil penelitian ini menemukan bahwa digital marketing secara signifikan mempengaruhi pendapatan atau *income* pelaku UMKM di Kota Makassar, melalui peningkatan penjualan.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *UMKM*, *E-commerce* *UMKM*.

