

## ABSTRAK

Jumlah UMKM Indonesia dan Semarang yang terus naik justru berbanding terbalik dengan jumlah UMKM makanan minuman di Kota Semarang. UMKM Kota Semarang mengalami fluktuasi jumlah yang menggambarkan kerentanan dan respons UMKM terhadap berbagai faktor lingkungan makro yang berpotensi memengaruhi niat mereka untuk berinvestasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor lingkungan makro terhadap niat investasi UMKM kuliner halal di Semarang.

Metode kuantitatif digunakan pada penelitian ini dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner kertas dan online yang kemudian dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 4 dengan prosedur pengujian *outer model* dan *inner model*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 104 orang pelaku UMKM kuliner halal di Kota Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor ekonomi, faktor sosial budaya, dan faktor teknologi berpengaruh terhadap niat berinvestasi. Akan tetapi, ditemukan bahwa faktor politik dan faktor hukum masih belum berpengaruh terhadap niat investasi. Peneliti menyarankan untuk menambahkan variabel baru mengenai dampak penuh dari lingkungan bisnis, yaitu lingkungan makro, kekuatan industri, dan strategi kompetitif sumber daya terhadap niat investasi UMKM.

**Kata kunci:** *lingkungan makro, faktor politik, faktor ekonomi, faktor sosial budaya, faktor hukum, faktor teknologi, niat investasi, umkm*