

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT*, *E-COMMERCE*, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UMKM

**(Studi Kasus pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan
Tanjung Priok Kota Jakarta Utara)**

REYHAN MAULANA RIZQI



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Payment, E-commerce*, dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Priok)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada IPB University.

Bogor, 20 Mei 2025



Reyhan Maulana Rizqi

H24180096



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

REYHAN MAULANA RIZQI. Pengaruh *Digital Payment*, *E-commerce*, dan Media Sosial terhadap Peningkatan Penjualan UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Tanjung Priok Kota Jakarta Utara). Dibimbing oleh MA'MUN SARMA.

Transformasi digital telah menjadi strategi utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bersaing di era modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital payment*, *e-commerce*, dan media sosial terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Tanjung Priok. Penelitian dilakukan terhadap 100 pelaku UMKM dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital payment*, *e-commerce*, dan media sosial simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Media sosial menjadi variabel dominan yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis bagi pelaku UMKM dan pemerintah dalam mengembangkan program digitalisasi UMKM yang berkelanjutan.

Kata Kunci: *Digital Payment*, *E-commerce*, Media Sosial, Penjualan, UMKM

ABSTRACT

REYHAN MAULANA RIZQI. The Influence of Digital Payment, E-commerce, and Social Media on Increasing MSME Sales (Case Study on Culinary MSME Actors in Tanjung Priok District, North Jakarta City). Supervised by MA'MUN SARMA.

Digital transformation has become the main strategy for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to compete in the modern era. This study aims to analyze the influence of digital payment, e-commerce, and social media on increasing MSME sales in Tanjung Priok District. The study was conducted on 100 MSME actors using a quantitative approach and multiple linear regression analysis methods. The results of the study indicate that digital marketing, e-commerce, and social media simultaneously have a positive and significant effect on increasing MSME sales. Social media is the dominant variable that has the most influence on increasing sales. This study is expected to be the basis for strategic decision making for MSME actors and the government in developing sustainable MSME digitalization programs.

Keywords: Digital Payment, E-commerce, MSMEs, Sales, Social Media



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT*, *E-COMMERCE*, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UMKM

**(Studi Kasus pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan
Tanjung Priok Kota Jakarta Utara)**

REYHAN MAULANA RIZQI

Skripsi

sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada

Departemen Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi

: Pengaruh *Digital Payment, E-commerce*, dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM

Nama
NIM

: Reyhan Maulana Rizqi
: H24180096

@Hak cipta milik IPB University

Bogor,

Disetujui oleh

Pembimbing :

Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut, MM.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PRAKATA

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis dapat menyelesaikan Penelitian Skripsi yang berjudul "Pengaruh *Digital Payment*, *E-Commerce*, dan Media Sosial terhadap Peningkatan Penjualan UMKM (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Priok)" ini. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis mendapat dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec., selaku dosen pembimbing, atas arahan, bimbingan, serta saran yang sangat berharga dalam penyusunan penelitian ini.
- Seluruh dosen dan staf Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, yang telah memberikan ilmu dan pengalaman akademik yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
- Keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan moral, motivasi, serta doa yang tidak henti-hentinya.
- Para pelaku UMKM di Kecamatan Tanjung Priok, yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan penelitian ini ke depannya.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Mei 2025



Reyhan Maulana Rizqi



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 UMKM.....	6
2.2 <i>Digital Payment</i>	7
2.3 <i>E-Commerce</i>	7
2.4 Media Sosial	8
2.5 Jakpreneur	9
2.6 Penelitian Terdahulu	10
BAB III METODOLOGI	13
3.1 Kerangka Pemikiran	13
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	14
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	14
3.4 Penentuan Sampel.....	14
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	15
3.5.1 Metode Pengolahan Data	15
3.5.2 Metode Analisis Data	15
3.5.2.1 Uji Validitas.....	16
3.5.2.2 Uji Reliabilitas.....	16
3.5.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	16
3.5.2.4 Uji T (Parsial)	17
3.5.2.5 Uji F (Simultan).....	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	19
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	19
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	21
4.2.1 Uji Normalitas	21
4.2.2 Uji Multikolinearitas	21
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	21
4.2.4 Uji Autokorelasi	22
4.3 Uji-T (Parsial) dan Uji-F (Simultan)	22

4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	22
4.5 Implikasi Manajerial.....	23
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	25
5.1 Simpulan.....	25
5.2 Saran	25
DAFTAR PUSTAKA	26
LAMPIRAN	30
RIWAYAT HIDUP	35

DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu.....	11
2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Payment</i>	19
3. Hasil Uji Validitas Variabel <i>E-commerce</i>	19
4. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial.....	20
5. Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan.....	20
6. Hasil Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	21
7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	23

DAFTAR GAMBAR

1. Sepuluh Provinsi dengan usaha kuliner terbanyak di Indonesia.....	2
2. Kerangka Pemikiran.....	14
3. Pola <i>Scatter Plot</i>	22

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Uji Normalitas.....	30
2. Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
3. Hasil Uji Autokorelasi.....	31
4. Hasil Uji-T (parsial).....	31
5. Hasil Uji-F (simultan).....	31
6. Uji Validitas Variabel <i>Digital Payment</i>	32
7. Uji Validitas Variabel <i>E-commerce</i>	32
8. Uji Validitas Variabel Media Sosial.....	33
9. Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan.....	33
10. Uji Reliabilitas <i>Digital Payment</i>	34
11. Uji Reliabilitas <i>E-commerce</i>	34
12. Uji Reliabilitas Media Sosial.....	34
13. Uji Reliabilitas Peningkatan Penjualan.....	34
14. Uji Koefisien Determinasi.....	34