

**PENGARUH *SOCIAL COMMERCE*, *DIGITAL MARKETING*,
DAN *MARKETPLACE* TERHADAP KEBERLANJUTAN
BISNIS UMK SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN DI
JAKARTA**

KEVIN ANAND NUGROHO

1701618072



**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

**THE INFLUENCE OF SOCIAL COMMERCE, DIGITAL
MARKETING, AND MARKETPLACE ON THE BUSINESS
SUSTAINABILITY OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES
FOOD AND BEVERAGE SECTOR IN JAKARTA**

KEVIN ANAND NUGROHO

1701618072



This thesis is prepared to fulfill one of the requirements for obtaining a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics, Jakarta State University.

ECONOMICS EDUCATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

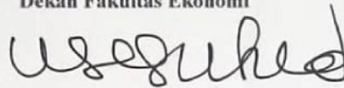
LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi


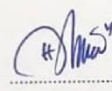

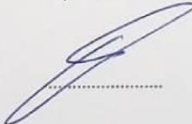

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Agus Wibowo, S.Pd.I., S.Pd., M.Pd NIP. 198202172015041001 (Ketua)		23/7/24
2	Dr. Herlitha, S.Sos., M.Ec.Dev NIP. 198401062014042002 (Penguji 1)		22/7/24
3	Fitra Dila Lestari, M.Pd NIP. 198905232023212032 (Penguji 2)		19/7/24
4	Dr. Karuniana Dianta A. S, S.IP., M.E. NIP. 198009242008121002 (Pembimbing 1)		22/7/24
5	Dicky Iranto, SE, M.SE NIP. 197106122001121001 (Pembimbing 2)		22/7/24

Nama : Kevin Anand Nugroho
No. Registrasi : 1701618072
Program Studi : S1 Pendidikan Ekonomi
Tanggal Lulus : 16 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan


METRAL
TEMPEL
50430ALX311064944

Kevin Anand Nugroho

NIM. 1701618072

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Kevin Anand Nugroho
NIM : 1701618072
Fakultas/Prodi : Ekonomi / S1 Pendidikan Ekonomi
Alamat email : kevinanand.nugroho@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (... ..)

yang berjudul :

Pengaruh Social Commerce, Digital Marketing, dan Marketplace Terhadap Keberlanjutan
Bisnis UMK Sektor Makanan dan Minuman di Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2024

Penulis,

(Kevin Anand Nugroho)

ABSTRAK

KEVIN ANAND NUGROHO. 1701618072. Pengaruh *Social Commerce*, *Digital Marketing*, dan *Marketplace* Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMK Sektor Makanan dan Minuman di Jakarta. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta. 2024

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital melalui *social commerce* dan penggunaan *marketplace* terhadap keberlanjutan bisnis Usaha Mikro Kecil (UMK) sektor makanan dan minuman di Jakarta. UMK memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, pemasaran digital menjadi strategi kunci bagi UMK untuk bertahan dan berkembang, terutama di masa pandemi COVID-19 yang menyebabkan pergeseran transaksi dari *offline* ke *online*. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMK di sektor makanan dan minuman di Jakarta. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis regresi untuk menguji pengaruh variabel independen (*social commerce*, *digital marketing*, dan *marketplace*) terhadap variabel dependen (keberlanjutan bisnis UMK). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital melalui *social commerce* dan penggunaan *marketplace* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMK. *Social commerce* membantu UMK dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan, sementara *marketplace* menyediakan platform yang lebih luas untuk mencapai pasar yang lebih besar. Penelitian ini memberikan implikasi bagi pelaku UMK untuk lebih memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka guna meningkatkan keberlanjutan bisnis. Selain itu, pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan lebih lanjut dalam bentuk pelatihan dan akses teknologi bagi UMK untuk menghadapi tantangan di era digital.

Kata kunci : *Social Commerce*, *Digital Marketing*, Keberlanjutan Bisnis

ABSTRACT

KEVIN ANAND NUGROHO. 1701618072. The Influence of Social Commerce, Digital Marketing, and Marketplace on The Business Sustainability of Micro and Small Enterprises Food and Beverage Sector in Jakarta. Thesis. Jakarta. Economic Education Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta. 2024

This research aims to analyze the influence of digital marketing through social commerce and the use of marketplaces on the sustainability of Micro, Small Enterprises (MSE) businesses in the food and beverage sector in Jakarta. MSEs have an important role in the Indonesian economy, especially in creating jobs and improving economic prosperity. With technological developments and changes in consumer behavior, digital marketing has become a key strategy for MSEs to survive and develop, especially during the COVID-19 pandemic which has caused a shift in transactions from offline to online. The research method used is quantitative with a survey approach. Data was collected through questionnaires distributed to MSEs in the food and beverage sector in Jakarta. Data analysis was carried out using regression analysis techniques to test the influence of independent variables (social commerce, digital marketing and marketplace) on the dependent variable (MSE business sustainability). The research results show that digital marketing through social commerce and the use of marketplaces has a positive and significant influence on the sustainability of MSE businesses. Social commerce helps MSEs build better relationships with customers, while marketplaces provide a broader platform to reach a larger market. This research provides implications for MSEs to make greater use of digital technology in their marketing strategies to increase business sustainability. Apart from that, the government is expected to provide further support in the form of training and access to technology for MSEs to face challenges in the digital era.

Keywords : Social Commerce, Digital Marketing, Business Sustainability

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan, kelancaran serta kesehatan sehingga dapat menyelesaikan mata kuliah skripsi ini dengan baik. Dengan rasa syukur ini, penulis mempersembahkan karya ini kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang tua yang selalu mendoakan dan mendukung peneliti untuk tetap mengerjakan skripsi dalam situasi dan keadaan apapun.
3. Dosen pembimbing yakni Bapak Dr. Karuniana Dianta A.S., S.IP., M.E dan Bapak Dicky Iranto, S.E, M.SE, terima kasih atas semua bimbingan, bantuan, serta kritik dan saran yang membangun untuk peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik.
4. Ajeng Luthfianti, terima kasih telah memberikan dukungan penuh kepada peneliti selama proses penulisan skripsi baik secara material, psikis, dan fisik.
5. Sahabat yang selalu ada untuk mendengarkan keluh kesah serta saran kepada peneliti dalam keadaan dan situasi apapun yakni Bustomi, Fadhil Firmansyah, dan Steven David.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang dilimpahkan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Commerce*, *Digital Marketing*, dan *Marketplace* Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMK Sektor Makanan dan Minuman di Jakarta” dengan baik. Peneliti mencurahkan rasa syukur karena telah menyelesaikan penelitian dan penulisan tugas akhir ini, meskipun tidak luput dari berbagai kendala. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang mendukung dan terlibat baik dukungan moril maupun material yang diberikan. Adapun ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Bapak Dr. Agus Wibowo, S.Pd.I., S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S-1 Pendidikan Ekonomi;
3. Bapak Dr. Karuniana Dianta A.S., S.IP., M.E selaku Dosen Pembimbing satu dalam penelitian ini;
4. Bapak Dicky Iranto, S.E, M.SE selaku Dosen Pembimbing dua dalam penelitian ini;
5. Jajaran Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang senantiasa memberikan ilmu selama proses perkuliahan;
6. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun material serta motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan;
7. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 yang senantiasa mendukung, dan memberikan saran;
8. Rekan-rekan organisasi dan komunitas yang memberikan penulis amanah untuk menjadi pengurus dan memberikan pengalaman untuk mengembangkan potensi diri sehingga penulis menyadari untuk bisa bertanggung jawab termasuk dalam penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan baik

dalam penulisan maupun hal lainnya. Peneliti terbuka dengan kritik dan saran yang sifatnya membangun serta demi kesempurnaan penelitian ini maupun penelitian yang akan datang. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 14 Maret 2024

Yang menyatakan,



Kevin Anand Nugroho

No Reg. 1701618072



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Deskripsi Konseptual	18
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	31
2.3 Kerangka Teoritik	38
2.4 Perumusan Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.4 Pengembangan Instrumen.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.6 Teknik Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Deskripsi Data.....	57
4.2 Hasil Analisis	63
4.3 Pembahasan	80
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN PENELITIAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Implikasi	83
5.3 Saran	84
DAFTAR LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan UMKM.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah Perusahaan Skala Mikro dan Kecil.....	5
Tabel 3. 1 Jumlah UMK di Jakarta Berdasarkan Domisili	44
Tabel 3. 2 Jumlah UMKM di Jakarta.....	46
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 4 Tabel Kesesuaian Model.....	56
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	58
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	60
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori Usaha	60
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform Social Commerce</i>	61
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Marketplace</i>	61
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Toko di <i>Social Commerce dan Marketplace</i>	62
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Social Commerce</i>	63
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i>	64
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Marketplace</i>	65
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keberlanjutan Bisnis	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Commerce</i>	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i>	68
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketplace</i>	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel Keberlanjutan Bisnis	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian.....	69
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>First Order Model Construct Fitted</i> Variabel <i>Social Commerce</i>	70
Tabel 4. 21 Hasil Uji <i>First Order Model Construct</i> Variabel <i>Digital Marketing</i>	71

Tabel 4. 22 Hasil Uji <i>First Order Model Construct Fitted</i> Variabel <i>Digital Marketing</i>	72
Tabel 4. 23 Hasil Uji <i>First Order Model Construct</i> Variabel <i>Marketplace</i>	73
Tabel 4. 24 Hasil Uji <i>First Order Model Construct</i> Variabel Keberlanjutan Bisnis	75
Tabel 4. 25 Hasil Uji <i>First Order Model Construct Fitted</i> Variabel Keberlanjutan Bisnis.....	76
Tabel 4. 26 Hasil Uji <i>First Model Construct</i>	77
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Fitted Model</i>	78
Tabel 4. 28 Indikator yang Bertahan.....	79
Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Industri Mikro Kecil di DKI Jakarta.....	10
Gambar 1. 2 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro Kecil Terbanyak di Indonesia	11
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	43
Gambar 4. 1 <i>First Order Model Construct</i> Variabel <i>Social Commerce</i>	70
Gambar 4. 2 <i>First Order Model Construct</i> Variabel <i>Digital Marketing</i>	71
Gambar 4. 3 <i>First Order Model Construct Fitted</i> Variabel <i>Digital Marketing</i>	72
Gambar 4. 4 <i>First Order Model Construct</i> Variabel <i>Marketplace</i>	73
Gambar 4. 5 <i>First Order Model Construct</i> Variabel Keberlanjutan Bisnis.....	74
Gambar 4. 6 <i>First Order Model Construct Fitted</i> Variabel Keberlanjutan Bisnis	76
Gambar 4. 7 <i>Full Model Penelitian</i>	77
Gambar 4. 8 <i>Fitted Model Construct</i>	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Form Kuesioner.....	91
Lampiran 2 - Instrument Fit <i>Social Commerce</i>	97
Lampiran 3 - Instrument Fit <i>Digital Marketing</i>	98
Lampiran 4 - Instrument Fit <i>Marketplace</i>	99
Lampiran 5 - Instrument Fit Keberlanjutan Bisnis	100
Lampiran 6 - Tabulasi Data <i>Social Commerce</i>	101
Lampiran 7 - Tabulasi Data <i>Digital Marketing</i>	105
Lampiran 8 - Tabulasi Data <i>Marketplace</i>	107
Lampiran 9 - Tabulasi Data Keberlanjutan Bisnis.....	109
Lampiran 10 - Hasil Uji Kemiripan Naskah	113

