

**ANALISIS PENGARUH PLATFORM E-COMMERCE DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
UMKM MARTABAK MANIS TIGA SAUDARA**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-COMMERCE
PLATFORMS AND SOCIAL MEDIA ON THE INCREASE IN
SALES OF MARTABAK SWEET TIGA SAUDARA MSMEs**

Oleh

**Rianita Nurani Lindasari
21416261201245**

NON SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
KARAWANG
TAHUN 2025**

**ANALISIS PENGARUH PLATFORM E-COMMERCE DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
UMKM MARTABAK MANIS TIGA SAUDARA**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-COMMERCE
PLATFORMS AND SOCIAL MEDIA ON THE INCREASE IN
SALES OF MARTABAK SWEET TIGA SAUDARA MSMEs**

Oleh

**Rianita Nurani Lindasari
21416261201245**

NON SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
KARAWANG
TAHUN 2025**

**ANALISIS PENGARUH PLATFORM E-COMMERCE DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
UMKM MARTABAK MANIS TIGA SAUDARA**

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-COMMERCE
PLATFORMS AND SOCIAL MEDIA ON THE INCREASE IN
SALES OF MARTABAK SWEET TIGA SAUDARA MSMEs**

Oleh

**Rianita Nurani Lindasari
21416261201245**

NON SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG
KARAWANG
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Rianita Nurani Lindasari

NIM 21416261201245

Tanda Tangan :



Tanggal : 28 April 2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun oleh :

Nama : Rianita Nurani Lindasari

NIM : 21416241201245

Judul : Analisis Pengaruh Platfrom E-Commerce dan Media Sosial Terhadap
Peningkatan Penjualan UMKM Martabak Manis Tiga Saudara.

Menyetujui,

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,



Dr. H. Puji Isyanto SE., M.M.
NIDN. 0407097502



Neni Sumarni, SE., MM.
NIDN. 0402107806

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Ketua Program Studi



H. Suroso, S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Rianita Nurani Lindasari
NIM : 21416261201245
Program Studi : Manajemen
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Platform E-Commerce dan Media Sosial
Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Martabak Manis
Tiga Saudara

DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Penguji 1: Dr. H. Puji Isyanto, S.E., M.M	()	2-5-2025
Penguji 2 : Robby Fauji, S.E., M.M	()	2-5-2025

Karawang, 28 April 2025

Mengetahui,

Dekan


Dr. Citra Savitri, S.E., M.M
NIDN. 0214088301

Ketua Program Studi


H. Suroso, S.E., M.M
NIDN. 0402107707

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Rianita Nurani Lindasari

NIM : 21416261201245

Program Studi : Manajemen

Tahun Akademik : 2024-2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul:

“ANALISIS PENGARUH PLATFORM E-COMMERCE DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UMKM MARTABAK MANIS TIGA SAUDARA”

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 28 April 2025



Rianita Nurani Lindasari

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rianita Nurani Lindasari
NIM : 21416261201245
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH PLATFORM E-COMMERCE DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN
UMKM MARTABAK TIGA SAUDARA**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Universitas Buana Perjuangan Karawang
Pada tanggal: 28 April 2025

Yang menyatakan



Rianita Nurani Lindasari

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat- Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Dr. H. Puji Isyanto, SE., MM., selaku pembimbing utama dan Ibu Neni Sumarni.,SE.,MM., selaku pembimbing pendamping, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis, yang kemudian membuka cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasi kepada:

1. Ir. H. Iman Sumantri selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Dr. H. Dedi Mulyadi, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Suroso, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen/Akuntansi Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Pihak UMKM Martabak Manis Tiga Saudara yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
6. Pihak Konsumen/Pelanggan Martabak Manis Tiga Saudara yang telah banyak membantu dalam mengisi kuesioner untuk memperoleh data yang saya perlukan.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.
8. Kepada Bapa, Mamah tercinta yang hebat, yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-hentinya mendo'akan saya, memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, terimakasih untuk semua do'a dan dukungan Bapa dan Mamah, saya bisa berada di titik ini. Sehat dan hiduplah lebih lama lagi. *Ilove You More.*
9. Untuk diri saya, terimakasih karena sudah mampu berjuang sampai ditahap ini,

terimakasih karena sudah selalu kuat dalam menghadapi situasi apapun, tetap semangat dan jangan putus asa, karena masih ada pencapaian yang harus di capai. Lanjutkan perjalanan ini. “ *Wa man yattaqillāha yaj‘al lahū makhrajan. Wa yarzuq-hu min ḥaythu lā yaḥtasib. Wa man yatawakkal ‘alallāhi fa huwa ḥasbuh. Inna Allāha bālighu amrih. Qad ja‘ala Allāhu likulli shay’in qadrā.*”

10. Kepada teman pria saya yang tidak dapat di sebut Namanya, terimakasih telah kebersamai saya selama penyusunan dan pengerjaan Tugas Akhir ini dalam kondisi apapun, terimakasih telah ikut serta mendoakan, memberikan semangat, menemani, mengantarkan saya selama perkuliahan, dan memotivasi saya dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini,
11. Kepada Anggita Hanifatunnisa dan Hana Labiq Sapania yang telah menghibur penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini, terima kasih sudah menjadi MoodBoster dan menjadi penyemangat penulis. Tumbuh lah lebih baik.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 28 April 2025

Penulis

ABSTRAK

UMKM di sektor kuliner memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, namun menghadapi tantangan besar dalam hal pemasaran dan persaingan di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh platform e-commerce dan media sosial terhadap peningkatan penjualan pada UMKM Martabak Manis Tiga Saudara. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei terhadap 90 responden, data dianalisis dengan model Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik platform e-commerce maupun media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan, dengan media sosial menunjukkan pengaruh yang lebih dominan. Selain itu, media sosial juga memediasi pengaruh e-commerce terhadap peningkatan penjualan secara signifikan. Kesimpulan dari penelitian ini pentingnya integrasi strategi pemasaran digital dalam operasional UMKM untuk mendorong pertumbuhan penjualan. Implikasi dari temuan ini memberikan rekomendasi kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan kemampuan digital dan menyarankan peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain yang relevan guna memperluas cakupan studi di masa mendatang.

Kata Kunci: E-Commerce, Media Sosial, Peningkatan Penjualan, UMKM

ABSTRACT

MSMEs in the culinary sector play an important role in the local economy, but face major challenges in terms of marketing and competition in the digital era. This study aims to analyze the influence of e-commerce platforms and social media on increasing sales at the Martabak Manis Tiga Saudara MSME. Using a quantitative approach and survey method on 90 respondents, the data was analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) model using SmartPLS 4. The results of the study indicate that both e-commerce platforms and social media have a significant effect on increasing sales, with social media showing a more dominant influence. In addition, social media also mediates the influence of e-commerce on increasing sales significantly. The conclusion of this study is the importance of integrating digital marketing strategies in MSME operations to drive sales growth. The implications of these findings provide recommendations for MSME actors to improve digital capabilities and suggest that further researchers add other relevant variables to expand the scope of future studies.

Keywords: *E-Commerce, Social Media, Sales Increase, MSMEs*