



Hak Cipta :

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

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT* DAN
ADOPSI TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP
PENGEMBANGAN USAHA UMKM
DI KOTA DEPOK**



YOHANY OCTAVIANA MANURUNG

NIM: 2205421120

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

YOHANY OCTAVIANA MANURUNG. Pengaruh *Social Media Engagement* dan Adopsi Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Depok. Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Engagement* dan adopsi transformasi digital terhadap pengembangan usaha UMKM di kota Depok, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 130 pelaku UMKM di kota Depok yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala *Likert* dan dianalisis menggunakan SPSS versi 26 dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Engagement* dan adopsi transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap pengembangan usaha UMKM di kota Depok. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan keterlibatan melalui media sosial dan optimalisasi pemanfaatan teknologi digital mampu mendorong peningkatan penjualan, perluasan pasar, pertumbuhan jumlah pelanggan, serta inovasi produk pada UMKM.

Kata Kunci: *Social Media Engagement*, adopsi transformasi digital, pengembangan usaha, UMKM, kota Depok.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

YOHANY OCTAVIANA MANURUNG. *The Influence of Social Media Engagement and Digital Transformation Adoption on the Business Development of MSMEs in Depok City*. Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic, 2026.

This study aims to analyze the effect of Social Media Engagement and digital transformation adoption on the business development of MSMEs in Depok City, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 130 MSME owners in Depok City selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed with SPSS version 26 through validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination. The results indicate that Social Media Engagement and digital transformation adoption have a positive and significant effect, both partially and simultaneously, on the business development of MSMEs in Depok City. These findings suggest that improving Social Media Engagement and optimizing the adoption of digital technology can enhance sales growth, market expansion, customer growth, and product innovation among MSMEs.

Keywords: *Social Media Engagement, digital transformation adoption, business development, MSMEs, Depok City.*



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kerangka Teori	11
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	11
2.1.2 <i>Social Media Engagement</i>	12
2.1.3 Adopsi Transformasi Digital	13
2.1.4 Pengembangan Usaha	15
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	16
2.3 Perumusan Hipotesis	20
2.3.1 Pengaruh <i>Social Media Engagement</i> Terhadap Pengembangan Usaha UMKM	20
2.3.2 Pengaruh Adopsi Transformasi Digital Terhadap Pengembangan Usaha UMKM	21
2.3.3 Pengaruh <i>Social Media Engagement</i> , Transformasi Digital Terhadap	



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pengembangan UMKM.....	22
2.4 Deskripsi Konseptual/ Kerangka Konseptual.....	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.1.1 Waktu Penelitian.....	25
3.1.2 Tempat Penelitian.....	26
3.2 Kerangka Penelitian.....	27
3.3 Metode Penelitian.....	29
3.3.1 Fokus Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	29
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Jenis dan Sumber Data	33
3.5.1 Berdasarkan Sumbernya	33
3.5.2 Berdasarkan Waktu	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6.1 Jenis Pengumpulan Data.....	35
3.6.2 Prosedur Pengambilan Data	35
3.7 Instrumen Penelitian.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	41
3.8.1 Uji Instrumen	42
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	43
3.8.3 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV. PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Rekapitulasi Data	47
4.1.1 Uji Pilot Test	47
4.1.2 Uji Instrumen	50
4.1.3 Karakteristik Responden.....	52
4.1.4 Rekapitulasi Data.....	57
4.2. Hasil Analisis Data	63
4.2.1 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	63
4.2.2 Analisis Uji Hipotesis	66



Hak Cipta :

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

4.3 Pembahasan	69
4.3.1 Pengaruh <i>Social Media Engagement</i> terhadap Pengembangan Usaha.....	69
4.3.2 Pengaruh Adopsi Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha.....	71
4.3.3 Pengaruh <i>Social Media Engagement</i> , Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha.....	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Skema Waktu Penelitian	25
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Instrumen (Skala Likert)	38
Tabel 3. 3 Penjelasan Operasional Variabel	38
Tabel 4. 1 Hasil Uji Pilot Test Variabel X1	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Pilot Test Variabel X2	48
Tabel 4. 3 Hasil Uji Pilot Test Variabel Y	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X1	50
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X2	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas	52
Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Kepemilikan.....	53
Tabel 4. 10 Karakteristik Responden Berdasarkan lama Usaha	53
Tabel 4. 11 Karateristik Responden Berdasarkan Domisili Usaha	54
Tabel 4. 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan....	55
Tabel 4. 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Marketplace yang Digunakan....	56
Tabel 4. 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembayaran yang Digunakan....	57
Tabel 4. 15 Rekapitulasi Data Variabel <i>Social Media Engagement</i> (X1)	58
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Data Variabel Adopsi Transformasi Digital (X2).....	60
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Data Variabel Pengembangan Usaha (Y)	62
Tabel 4. 18 Uji Multikolineritas	65
Tabel 4. 20 Uji Resgresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 21 Uji T (Parsial).....	67
Tabel 4. 22 Uji F (Simultan)	68
Tabel 4. 23 Koefiesien Determinasi (R ²)	68



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Banyaknya Usaha/Perusahaan UMKM di kota Depok (unit)	2
Gambar 1. 2 Banyaknya UMKM menurut Alokasi Pemasaran (unit)	3
Gambar 1. 3 Persentase UMKM yang Menggunakan Internet pada Kegiatan Usaha..	4
Gambar 1. 4 Platform Digital yang Digunakan UMKM Pemasaran 2025	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	28
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	64
Gambar 4. 2 Uji Hetroskedastisitas	66





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Konsultasi Bimbingan Materi Pembimbing 1	81
Lampiran 2 Lembar Konsultasi Bimbingan Materi Pembimbing 2	83
Lampiran 3 Surat Pernyataan Pembimbing Materi	84
Lampiran 4 Biodata Mahasiswa	85
Lampiran 5 Angket Penelitian	86
Lampiran 6 Tabulasi Data	89
Lampiran 7 Output SPSS Uji Validitas	96
Lampiran 8 Output Uji Realibilitas	99
Lampiran 9 Output SPSS Uji Normalitas	100
Lampiran 10 Output SPSS Uji Multikolineritas	100
Lampiran 11 Output SPSS Uji Heterokedastisitas	101
Lampiran 12 Output SPSS Uji Regresi Linear Berganda	101
Lampiran 13 Output SPSS Uji T (Parsial)	101
Lampiran 14 Output SPSS Uji F (Simultan)	101
Lampiran 15 Output SPSS Koefisien Dterminasi (R2)	102

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian nasional Indonesia tidak dapat dilepaskan dari peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam sektor industri pengolahan. UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan kesejahteraan. Salah satu subsektor UMKM yang terus berkembang adalah sektor , khususnya pada produk pakaian wanita seperti *dress* yang memiliki tingkat permintaan tinggi dan jumlah pengelola usaha yang cukup banyak. Perkembangan tren yang dinamis menjadikan sektor ini memiliki potensi pasar yang besar sekaligus tingkat persaingan yang tinggi. Dalam kategori industri pakaian jadi, produk *dress* menjadi salah satu komoditas yang banyak diminati konsumen karena mengikuti perkembangan gaya hidup dan tren masyarakat. Tingginya permintaan terhadap produk tersebut mendorong semakin banyak pengelola usaha untuk memasuki sektor , baik melalui penjualan secara langsung maupun melalui platform digital seperti *marketplace* dan media sosial.

Seiring dengan perkembangan sektor , UMKM di kota Depok juga mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan data yang diolah pada tahun 2026, jumlah UMKM di kota Depok meningkat dari 3.916 unit usaha pada tahun 2019 menjadi 11.429 unit usaha pada tahun 2022, kemudian meningkat menjadi 15.180 unit usaha pada tahun 2023, dan diproyeksikan mencapai 18.500 unit usaha pada tahun 2025. Peningkatan jumlah UMKM tersebut menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas ekonomi daerah serta menciptakan peluang usaha bagi masyarakat.

Hak Cipta :

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



Gambar 1. 1 Usaha/Perusahaan UMKM di kota Depok (unit)

Sumber: BPS kota Depok dan SIDT UMKM. 2025

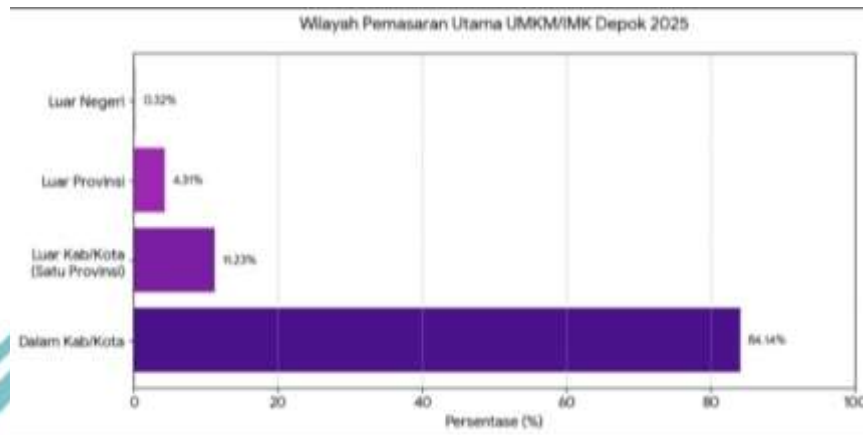
Jika ditinjau berdasarkan bidang usaha menurut data BPS kota Depok dan Sistem Informasi Digital Terpadu UMKM, sektor . termasuk salah satu bidang usaha yang memiliki jumlah pengelola usaha cukup signifikan di kota Depok. Sektor ini meliputi industri tekstil, pakaian jadi, dan produk terkait lainnya. Dalam sektor . tersebut, produk pakaian wanita seperti *dress* menjadi salah satu produk yang memiliki tingkat persaingan tinggi karena banyaknya pengelola usaha yang menawarkan produk serupa melalui *marketplace* maupun media sosial. Berdasarkan data yang diolah dari berbagai publikasi resmi, diperkirakan terdapat sekitar 1.800 hingga 3.700 UMKM yang bergerak di bidang . di kota Depok dan sebagian di antaranya merupakan pengelola usaha yang menjual produk *dress*. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa sektor . memiliki potensi pasar yang besar, namun juga menghadapi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Persaingan yang semakin tinggi menuntut pengelola UMKM . untuk mampu melakukan pengembangan usaha agar dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Pengembangan usaha pada UMKM dapat dilihat melalui peningkatan penjualan, pertumbuhan jumlah pelanggan, serta perluasan jangkauan pasar. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, sebagian besar UMKM . di

Hak Cipta :

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

kota Depok masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha, khususnya dalam memperluas pemasaran produk.



Gambar 1. 2 UMKM menurut Alokasi Pemasaran (unit)

Sumber: BPS kota Depok dan DKUM kota Depok. 2025

Berdasarkan data jangkauan pemasaran UMKM tahun 2025, mayoritas pengelola usaha masih memasarkan produknya dalam wilayah kabupaten/kota yang sama dengan persentase sebesar 84,14%. Sementara itu, pemasaran ke luar kabupaten/kota dalam satu provinsi hanya sebesar 11,23%, ke luar provinsi sebesar 4,31%, dan ke luar negeri sebesar 0,32%. Data tersebut menunjukkan bahwa jangkauan pasar UMKM masih terbatas secara geografis sehingga peluang pengembangan usaha ke tingkat nasional maupun internasional belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut juga dialami oleh pengelola UMKM yang menjual produk *dress*, di mana keterbatasan strategi pemasaran menyebabkan loyalitas pelanggan dan perluasan pasar belum berkembang secara maksimal.

Dalam menghadapi persaingan usaha di era digital, *Social Media Engagement* menjadi salah satu faktor penting yang dapat mendukung pengembangan usaha UMKM. *Social Media Engagement* merupakan bentuk keterlibatan konsumen terhadap suatu merek yang tercermin melalui aktivitas seperti memberikan komentar, menyukai, membagikan konten, maupun berpartisipasi dalam diskusi terkait produk atau layanan tertentu. Interaksi tersebut dapat membangun hubungan

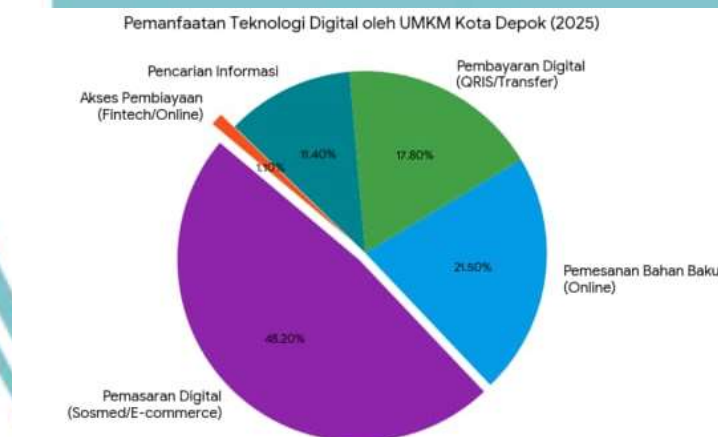
Hak Cipta :

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

yang lebih kuat antara konsumen dan merek serta memengaruhi loyalitas dan keputusan pembelian konsumen (Dessart dkk., 2016).

Berdasarkan kondisi tersebut, pemanfaatan media sosial pada UMKM di Kota Depok belum sepenuhnya diarahkan pada strategi *Social Media Engagement* yang terencana. Sebagian besar pengelola usaha masih menggunakan media sosial hanya sebagai sarana promosi sederhana dan komunikasi dengan pelanggan. Kondisi tersebut menyebabkan interaksi dengan konsumen belum dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maupun memperluas jangkauan pasar.

Di samping *Social Media Engagement*, adopsi transformasi digital juga menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan usaha UMKM. Transformasi digital merupakan proses integrasi teknologi digital ke dalam berbagai aktivitas bisnis untuk meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan inovasi, serta memperkuat daya saing usaha (Verhoef dkk., 2021). Dalam sektor UMKM, transformasi digital dapat dilakukan melalui pemanfaatan *marketplace*, media sosial, pembayaran digital, hingga sistem pemasaran berbasis internet.



Gambar 1. 3 Persentase UMKM yang Menggunakan Internet dalam Kegiatan Usaha

Sumber: BPS kota Depok, DKUM kota Depok, dan SIDT UMKM. 2025

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan data pemanfaatan teknologi digital oleh UMKM kota Depok tahun 2025, penggunaan teknologi digital paling banyak dimanfaatkan untuk kegiatan pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce* sebesar 48,20%. Selain itu, pemanfaatan teknologi untuk pemesanan bahan baku secara *online* sebesar 21,50%, pembayaran digital sebesar 17,80%, serta pencarian informasi sebesar 11,40%. Namun, penggunaan teknologi untuk akses pembiayaan digital masih rendah, yaitu sebesar 1,10%. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital oleh UMKM belum sepenuhnya terintegrasi dalam seluruh aktivitas usaha.



Gambar 1. 4 Platform Digital yang Digunakan UMKM Pemasaran 2025

Sumber: DKUM kota Depok dan Pemerintah kota Depok, 2025

Data tersebut juga menunjukkan bahwa, penggunaan platform digital oleh UMKM kota Depok masih didominasi oleh layanan pesan instan seperti *Whatsapp* dan Telegram dengan jumlah pengguna mencapai 28.640 unit usaha. Selanjutnya, media sosial digunakan oleh 12.450 UMKM dan *marketplace* seperti *Shopee* serta Tokopedia digunakan oleh 10.120 UMKM. Sementara itu, penggunaan email, website, dan e-katalog masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pengelola usaha masih memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana komunikasi dan transaksi, bukan sebagai strategi pemasaran yang



Hak Cipta :

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

terintegrasi. Tingkat adopsi teknologi yang belum optimal dapat menghambat inovasi serta membatasi peningkatan kinerja usaha, khususnya pada sektor UMKM . (Vial, 2019)

Meskipun berbagai penelitian telah membahas digital marketing, media sosial, dan transformasi digital terhadap kinerja UMKM, sebagian besar penelitian masih mengkaji variabel *Social Media Engagement* . dan adopsi transformasi digital secara terpisah. Selain itu, penelitian yang secara khusus membahas pengaruh *Social Media Engagement* . dan adopsi transformasi digital secara simultan terhadap pengembangan usaha pada sektor , khususnya UMKM produk *dress* di kota Depok, masih terbatas. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh *Social Media Engagement* . dan adopsi transformasi digital terhadap pengembangan usaha UMKM . secara lebih komprehensif.

Penelitian ini difokuskan pada pengelola UMKM . kota Depok. Pemilihan objek penelitian tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa UMKM Depok merupakan pengelola usaha yang aktif dalam kegiatan pemasaran digital serta memiliki potensi pengembangan usaha yang cukup besar pada sektor . Selain itu, UMKM tersebut juga menghadapi tantangan dalam meningkatkan keterlibatan konsumen melalui media sosial dan penerapan transformasi digital secara optimal dalam kegiatan usahanya.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya peningkatan daya saing UMKM . di era digital. Persaingan usaha yang semakin tinggi menuntut pengelola UMKM untuk mampu memanfaatkan media sosial dan teknologi digital secara optimal agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperluas jangkauan pasar, serta mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Tanpa penerapan *Social Media Engagement* . dan transformasi digital yang efektif, UMKM berisiko mengalami keterbatasan dalam pengembangan usaha dan sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola UMKM . di Kota Depok dalam mengembangkan strategi pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi yang lebih efektif untuk mendukung



Hak Cipta :

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

pengembangan usaha. Atas dasar permasalahan dan fenomena yang telah diuraikan, penulis melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *Social Media Engagement* dan Adopsi Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Depok.**"

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Tingkat *Social Media Engagement* UMKM di kota Depok Terdapat kesenjangan antara tingginya penggunaan media sosial oleh pengelola UMKM di kota Depok dengan rendahnya tingkat keterlibatan konsumen (*Social Media Engagement*) yang dihasilkan. Interaksi yang terjadi masih bersifat pasif dan belum mampu membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.
- b. Adopsi transformasi digital belum terintegrasi secara menyeluruh. Meskipun sebagian pengelola UMKM telah memakai teknologi digital, terutama dalam aspek pemasaran, Terdapat ketidaksesuaian antara potensi transformasi digital dengan tingkat implementasi yang masih terbatas. Pemanfaatan teknologi digital oleh pengelola UMKM masih berfokus pada aspek pemasaran dan belum terintegrasi secara menyeluruh dalam operasional usaha.
- c. Pengembangan usaha UMKM di kota Depok belum menunjukkan hasil yang sebanding dengan potensi pemanfaatan teknologi digital, baik dari segi peningkatan penjualan, perluasan pasar, maupun pertumbuhan jumlah pelanggan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan hasil yang dicapai, Kesenjangan tersebut diduga dipengaruhi oleh belum optimalnya *Social Media Engagement* dan adopsi transformasi digital.



Hak Cipta :

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

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *Social Media Engagement* berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok?
- b. Apakah adopsi transformasi digital berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok?
- c. Apakah *Social Media Engagement* dan adopsi transformasi digital secara simultan berpengaruh terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh *Social Media Engagement* . terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok.
- b. Menganalisis pengaruh adopsi transformasi digital terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok.
- c. Menganalisis pengaruh *Social Media Engagement* . dan adopsi transformasi digital secara simultan terhadap pengembangan usaha UMKM . kota Depok.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan yang lebih besar dalam pengembangan ilmu pengetahuan, terutama di bidang kewirausahaan dan manajemen usaha. Dari segi teori, penelitian ini bisa memperkaya pembahasan tentang peran keterlibatan media sosial dan transformasi digital dalam membantu pertumbuhan serta keberlangsungan usaha UMKM, khususnya di sektor tersebut. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi ilmiah yang bermanfaat, sekaligus memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai hubungan antara penggunaan teknologi digital dan peningkatan kinerja usaha. Penelitian ini juga bisa menjadi landasan bagi



Hak Cipta :

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

pengembangan teori selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital dan penyesuaian UMKM terhadap kemajuan teknologi di zaman modern.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi pengelola UMKM, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Dengan adanya penelitian ini, pengelola UMKM dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu pengelola usaha dalam memahami bagaimana optimalisasi *Social Media Engagement* dapat berkontribusi terhadap peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.
- b. Bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan maupun program yang berkaitan dengan pengembangan dan digitalisasi UMKM. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mendukung penyusunan strategi pemberdayaan UMKM yang lebih tepat sasaran, khususnya dalam hal peningkatan literasi digital, pemanfaatan teknologi, serta penguatan daya saing pengelola usaha di tengah persaingan global yang semakin ketat.
- c. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik kewirausahaan, pemasaran digital, dan transformasi digital pada UMKM. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan kajian dalam proses pembelajaran, sehingga dapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

memberikan gambaran nyata mengenai penerapan konsep teori dalam praktik di lapangan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat secara praktis, tetapi juga dapat mendukung pengembangan ilmu pengetahuan secara berkelanjutan.





Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *Social Media Engagement* dan Adopsi Transformasi Digital terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Depok, serta hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

- a. *Social Media Engagement* berdampak positif dan signifikan dalam membantu berkembangnya usaha UMKM di Kota Depok. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin aktif para pengelola UMKM dalam menggunakan media sosial, maka semakin besar kemungkinan usaha mereka untuk berkembang. Keterlibatan tersebut terlihat dari berbagai aktivitas seperti berkomunikasi dengan pelanggan, memberi respons terhadap pertanyaan atau komentar mereka, memberikan informasi mengenai produk secara terus-menerus, serta menciptakan interaksi yang dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dengan menggunakan media sosial secara optimal, usaha kecil menengah bisa membangun kepercayaan dari konsumen, memperluas promosi ke lingkaran yang lebih luas, mengenalkan produk kepada calon pembeli baru, serta menjaga kesetiaan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, keterlibatan di media sosial menjadi salah satu faktor penting yang membantu meningkatkan pengembangan usaha UMKM di Kota Depok, mulai dari segi pemasaran, hubungan dengan pelanggan, hingga meningkatkan daya saing usaha.
- b. Adopsi Transformasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pengelola UMKM mengadopsi teknologi digital dalam menjalankan kegiatan usahanya, maka semakin tinggi pula tingkat pengembangan usaha yang dapat dicapai. Penerapan transformasi digital dapat dilakukan melalui pemanfaatan marketplace, media sosial



Hak Cipta :

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

sebagai sarana pemasaran, sistem pembayaran digital, serta berbagai teknologi pendukung lainnya yang mempermudah aktivitas bisnis. Adopsi teknologi tersebut membantu pengelola usaha meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, mempermudah pengelolaan usaha, serta memperluas akses pasar tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Selain itu, transformasi digital juga meningkatkan kemampuan UMKM dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi, sehingga mampu memperkuat daya saing serta mendukung keberlanjutan usaha UMKM di Kota Depok.

- c. *Social Media Engagement* dan Adopsi Transformasi Digital secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan Usaha UMKM di Kota Depok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut saling melengkapi dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha. Pemanfaatan media sosial yang aktif memungkinkan pengelola UMKM membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan, meningkatkan efektivitas promosi, serta memperluas jangkauan pemasaran. Di sisi lain, penerapan transformasi digital membantu meningkatkan efisiensi operasional, mempermudah proses bisnis, dan memberikan kemudahan dalam pelayanan kepada konsumen. Kombinasi antara keterlibatan yang aktif di media sosial dan pemanfaatan teknologi digital mampu menciptakan strategi bisnis yang lebih efektif, adaptif, dan kompetitif. Oleh karena itu, semakin baik penerapan kedua aspek tersebut secara bersamaan, semakin besar pula peluang UMKM di Kota Depok untuk meningkatkan kinerja usaha, memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta mencapai pengembangan usaha yang berkelanjutan. Meskipun demikian, pengembangan usaha juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar variabel yang diteliti, sehingga diperlukan upaya berkelanjutan dari pengelola UMKM maupun dukungan dari berbagai pihak untuk mendorong pertumbuhan usaha secara optimal.



Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

a. Saran Praktis (bagi UMKM di kota Depok)

Berdasarkan hasil penelitian, pengelola UMKM di kota Depok disarankan untuk terus meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan melalui media sosial dengan menyajikan konten yang menarik, memberikan respons secara cepat terhadap pertanyaan maupun komentar pelanggan, serta membangun komunikasi yang lebih aktif dan berkelanjutan. Langkah tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan, loyalitas pelanggan, serta memperluas jangkauan pemasaran.

Selain itu, pengelola UMKM juga disarankan untuk terus mengoptimalkan penerapan transformasi digital dalam menjalankan kegiatan usahanya, seperti memanfaatkan *marketplace*, pembayaran digital, sistem pencatatan digital, dan teknologi lainnya agar proses operasional menjadi lebih efektif dan efisien. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pengembangan usaha secara berkelanjutan.

b. Saran Akademis (bagi Penelitian Selanjutnya)

Penelitian berikutnya sebaiknya menambahkan variabel lain yang kemungkinan besar berdampak pada pertumbuhan usaha, seperti inovasi produk, pemahaman tentang teknologi digital, semangat berwirausaha, kemampuan dalam pemasaran online, atau standar pelayanan yang diberikan. Penambahan variabel tersebut diharapkan bisa memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan usaha UMKM.

Selain itu, disarankan juga untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan memperluas objek penelitian ke sektor UMKM lainnya serta wilayah yang berbeda. Selain itu, jumlah responden dalam penelitian sebaiknya lebih besar agar hasilnya lebih dapat digunakan secara umum dan bisa dijadikan acuan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

bagi penelitian selanjutnya maupun sebagai bahan dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

