

**ANALISIS EFEKTIFITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* GUNA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM CHEAPFOOD
TAKOYAKI DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PESAING DENGAN
PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)**

PENELITIAN



Oleh :

GERBI DELVIRO BALIGASKAR

20775000030

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

**ANALISIS EFEKTIFITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* GUNA
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM CHEAPFOOD
TAKOYAKI DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PESAING DENGAN
PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)**

PENELITIAN

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis**



Oleh :

GERBI DELVIRO BALIGASKAR

20775000030

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NIM : 2077500030

Nama : Gerbi Delviro Baligaskar

Judul Skripsi : **ANALISIS EFEKTIFITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* GUNA MENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM CHEAPFOOD TAKOYAKI DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PESAING DENGAN PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Pangkalpinang, 28 Juni 2024



(Gerbi Delviro Baligaskar)

LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN

**ANALISIS EFEKTIFITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* GUNA
MENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM CHEAPFOOD
TAKOYAKI DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PESAING DENGAN
PENERAPAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)**

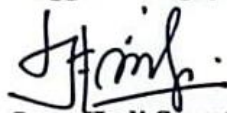
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gerby Delviro Baligaskar

2077500030


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pada Tanggal 18 Juli 2024

**Susunan Dewan Penguji
Anggota Penguji**



**Seno Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN. 0215128201**

Ketua Penguji



**Dr. Amri, S.E., M.M.
NIDN. 0217056601**

Dosen Pembimbing



**Parlia Romadiana, M.Kom
NIDN. 0210039301**

Kaprodi Bisnis Digital



**Sarwindah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0212068601**

Penelitian ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan Untuk memperoleh

gelar sarjana Bisnis

Tanggal 24 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Hengki, S.Kom., M.Kom

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN
ISB ATMA LUHUR PANGKALPINANG**



JUDUL PENELITIAN:

Analisis Efektifitas *Social Media Marketing* Guna Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Cheapfood Takoyaki Dalam Menghadapi Tantangan Pesaing Dengan Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM)

**Diusulkan Oleh:
Gerby Delviro Baligaskar
2077500030**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT SAINS DAN BISNIS ATMA LUHUR
PANGKALPINANG**

2024

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN

1. Judul Penelitian : Analisis Efektifitas *Social Media Marketing* Guna Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Cheapfood Takoyaki Dalam Menghadapi Tantangan Pesaing Dengan Penerapan *Technology Acceptance Model* (Tam)
2. Bidang Penelitian : Bisnis Digital
3. Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Gerbi Delviro Baligaskar
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIM : 2077500030
 - d. Program Studi : Bisnis Digital
 - e. Alamat : Jl. Fatmawati Kampak, Kelurahan Tua Tunu, Kecamatan Gerunggang, Kota Pangkalpinang
 - f. Telpon/HP : 0857-8813-1389
 - g. E-mail : deluirogerbi@gmail.com
4. Lokasi Penelitian : UMKM Cheapfood Takoyaki Kota Pangkalpinang

Pangkalpinang, 23 April 2024

Yang Mengajukan,
Peneliti,



Gerbi Delviro Baligaskar
NIM. 2077500030

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Sarwindah, S.Kom., M.M.
NIDN. 0212068601

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Parlia Romadiana, M.Kom
NIDN. 0210039301

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital ISB Atma Luhur. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan hasil Penelitian ini. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia
2. Ayah dan Ibu beserta kakak dan yang telah mendukung penulis
3. Bapak Drs. Djaetun Hs yang telah mendirikan atma luhur
4. Bapak Prof.Dr.Ir. Wendi Usino, MM.,M.Sc.,Ph.D, selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur
6. Ibu Sarwindah, S.Kom.,M.M. selaku Ketua Prodi Bisnis Digital Institut Sains dan Bisnis Atma Luhur
7. Ibu Parlia Romadiana, M.Kom selaku Dosen Pembimbing dalam proses pembuatan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan kemampuan dan pengalaman, saya menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan laporan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga laporan hasil skripsi ini membawa manfaat bagi diri saya pribadi dan Masyarakat umumnya.

Pangkalpinang, 28 Juni 2024

Gerbi Delviro Baligaskar

ABSTRACT

In order to remain competitive and grow in today's increasingly competitive market, micro, small and medium enterprises (MSMEs) need to implement digital marketing strategies. MSMEs often face challenges in marketing their products and services, especially because competitors are increasingly aggressive and diverse. To overcome this problem, social media marketing strategies have been proven to help increase sales and increase market share. Based on the explanation of the research background of the researcher above, in this research the researcher aims to use the TAM model to measure the effectiveness of social media marketing for MSMEs for cheap takoyaki food. The Technology Acceptance Model (TAM) is a model that is commonly used to describe user acceptance of the use of information technology systems and to evaluate the effectiveness of strategies when using social media marketing. From the analysis above, it is clear that social media plays an important role in various operational and marketing aspects of MSMEs. The use of social media is very beneficial for many businesses, with the following results: Increase in brand awareness by 90.18%, increase in customer loyalty by 83.76%, increase in sales by 87.24%, increase in business reach by 86.79%, build positive brand image, introduction of new products 84.91%, Building long-term relationships with customers: 88.68%; 85.34%, recognizing market trends and preferences 86.79%, encouraging customer feedback 81.51%, responded positively to promotions 81.51%. These results show how important it is to incorporate social media strategies into business operations. If used correctly, social media can be a very powerful tool to support the growth and sustainability of MSMEs.

Keywords: Social Media, Marketing, MSMEs, Technology Acceptance Model (TAM). Cheapfood Takoyaki, Pangkalpinang



ABSTRAK

Agar tetap kompetitif dan tumbuh di pasar yang semakin kompetitif saat ini, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perlu menerapkan strategi pemasaran digital. UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk dan jasanya, terutama karena pesaing yang semakin agresif dan beragam. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, strategi pemasaran media sosial terbukti membantu meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar. Berdasarkan penjelasan latar belakang penelitian peneliti di atas, maka dalam penelitian ini peneliti bertujuan menggunakan model TAM untuk mengukur efektivitas pemasaran media sosial UMKM makanan takoyaki murah. Technology Acceptance Model (TAM) adalah model yang umum digunakan untuk menggambarkan penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi dan untuk mengevaluasi efektivitas strategi ketika menggunakan pemasaran media sosial. Dari analisa di atas terlihat jelas bahwa media sosial memegang peranan penting dalam berbagai aspek operasional dan pemasaran UMKM. Penggunaan media sosial sangat bermanfaat bagi banyak bisnis, dengan hasil sebagai berikut: Peningkatan kesadaran merek sebesar 90,18%, peningkatan loyalitas pelanggan sebesar 83,76%, peningkatan penjualan sebesar 87,24%, peningkatan jangkauan bisnis sebesar 86,79%, membangun citra merek yang positif, pengenalan produk baru sebesar 84,91%, Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan: 88,68%: 85,34%, mengenali tren dan preferensi pasar 86,79%, mendorong umpan balik pelanggan 81,51%, merespons promosi positif 81,51%. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya memasukkan strategi media sosial ke dalam operasi bisnis. Jika digunakan dengan benar, media sosial dapat menjadi alat yang sangat ampuh untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci : *Social Media, Marketing, UMKM, Technology Acceptance Model (TAM). Cheapfood Takoyaki, Pangkalpinang*

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN	iv
HALAMAN DEPAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN	v
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	2
1.2. Masalah Penelitian.....	3
1.3. Rumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. <i>Social Media</i>	7
2.2. Pemasaran	7
2.3. Penjualan	7
2.4. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	8
2.5. Bisnis	8
2.6. <i>Technology Acceptance Modeling (TAM)</i>	8
2.7. Tinjauan Pustaka.....	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	14
3.2. <i>Metode Technology Acceptance Modeling (TAM)</i>	14

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	19
4.2 Pembahasan	27

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran	31

DAFTAR PUSTAKA	34
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN A DOKUMEN PENDUKUNG SUBMISSION	36
------------------------------------------------------	-----------

LAMPIRAN B TABEL R	37
---------------------------------	-----------

LAMPIRAN C UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS	40
--------------------------------------------------------	-----------

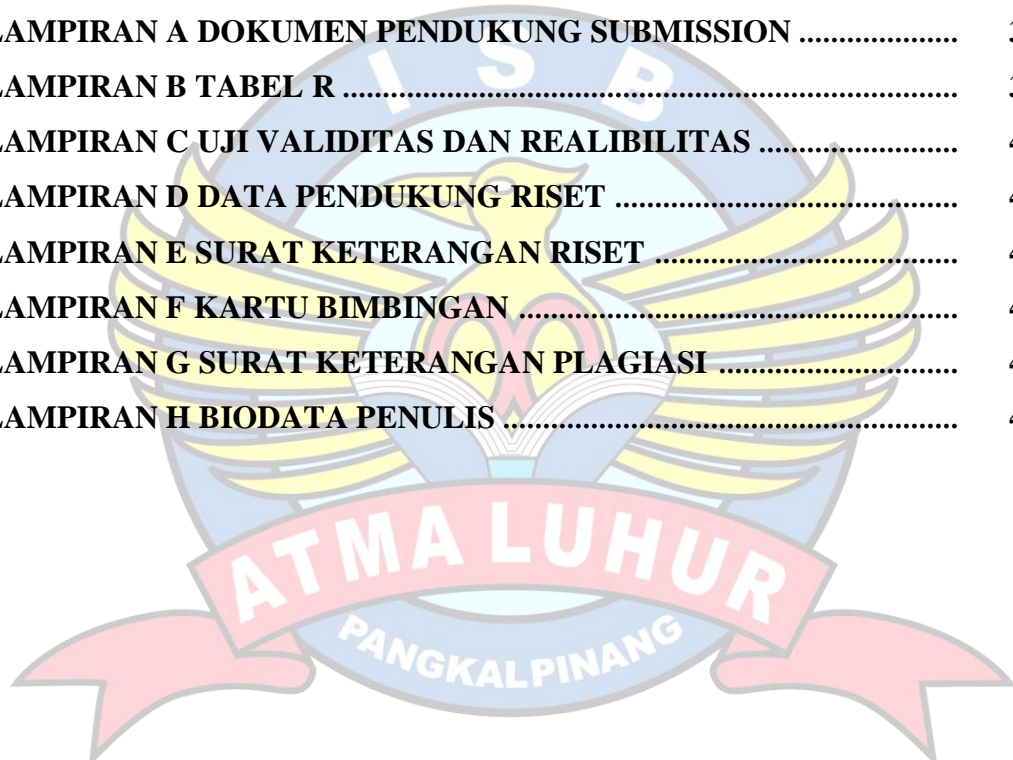
LAMPIRAN D DATA PENDUKUNG RISET	42
----------------------------------------------	-----------

LAMPIRAN E SURAT KETERANGAN RISET	43
------------------------------------------------	-----------

LAMPIRAN F KARTU BIMBINGAN	44
-----------------------------------------	-----------

LAMPIRAN G SURAT KETERANGAN PLAGIASI	45
---------------------------------------------------	-----------

LAMPIRAN H BIODATA PENULIS	46
-----------------------------------------	-----------



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Variabel, Indikator, Nomor Item, dan Pertanyaan	15
Tabel 2. Skor Penilaian Jawaban Responden dalam Kuisoner	16
Tabel 3. Total Jawaban Responden Masing-masing Pernyataan	19
Tabel 4. Nilai Hasil Setelah Normalisasi	22
Tabel 5. Rating Scale	23
Tabel 6. Interpretasi Skor Akhir.....	24
Tabel 7. Uji Validitas	26
Tabel 8. Uji Realibilitas	27

