

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA, MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



AKA WATRANA ANINDITA

NIM. 2108204097

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

1447 H / 2025 M

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE* TERHADAP
PENDAPATAN PELAKU USAHA, MIKRO, KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



AKA WATRANA ANINDITA

NIM. 2108204097

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

1447 H / 2025 M

ABSTRAK

AKA WATRANA ANINDITA NIM 2108204097. “PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA, MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI ”, 2025

Era digital telah membawa perubahan besar dalam strategi pemasaran, termasuk bagi pelaku UMKM. Digital marketing dan marketplace menjadi alat penting dalam meningkatkan pendapatan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Di Kota Cirebon, meskipun jumlah UMKM terus meningkat, pemanfaatan pemasaran digital masih belum optimal. Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami dan memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya secara efektif. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan marketplace terhadap pendapatan UMKM di Kecamatan Kesambi, Kota Cirebon.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *marketplace* terhadap pendapatan pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon Kecamatan Kesambi. Penggunaan internet setiap saat selalu bertambah. Hal ini yang harus disadari oleh para pelaku usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Salah satu media perdagangan yang saat ini sedang banyak diminati oleh pelaku UMKM untuk mendukung promosi penjualan serta penjualan yang dapat mencapai target ialah *digital marketing*, dan *marketplace*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari sumber data primer. Populasi penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro kecil menengah. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada responden dengan 78 responden. Analisis data dilakukan menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji korelasi parsial, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisiensi determinasi yang diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 30.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis variabel digital marketing (X1) berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM (Y). Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($3.343 > 1,983$), variabel marketplace (X2) berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM (Y) dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ dan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($2.537 > 1,993$). Variabel digital marketing (X1) dan marketplace (X2) terhadap pendapatan UMKM (Y) memiliki nilai signifikan sebesar $<0,001 < 0,05$ dan nilai koefisien Adjusted R Square sebesar 0,424 atau 42,4%, jadi dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel digital marketing (X1) dan marketplace (X2) berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM (Y) yang artinya H_a diterima H_0 ditolak.

Kata Kunci : digital marketing, marketplace, pendapatan umkm

ABSTRACT

AKA WATRANA ANINDITA NIM 2108204097. "THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND MARKETPLACES ON THE INCOME OF MICRO, SMALL, AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMEs) IN KESAMBI DISTRICT, CIREBON CITY" 2025

The digital era has brought major changes in marketing strategies, including for MSME actors. Digital marketing and marketplaces are important tools in increasing revenue and reaching a wider market. In Cirebon City, although the number of MSMEs continues to increase, the use of digital marketing is still not optimal. Many MSME actors do not fully understand and utilize digital media to market their products effectively. Therefore, this study was conducted to determine the influence of digital marketing and marketplace on MSME income in Kesambi District, Cirebon City.

The purpose of this study is to analyze the influence of digital marketing and marketplaces on the income of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the Kesambi District, Cirebon City. The continuous increase in internet usage highlights the necessity for MSME actors to adapt and utilize digital platforms effectively. Digital marketing and marketplaces have emerged as essential tools for MSMEs in promoting products and achieving sales targets.

This research adopts a quantitative approach, utilizing primary data collected through questionnaires distributed to 78 respondents. Data were analyzed using instrument testing, classical assumption tests, partial correlation analysis, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and determination coefficient analysis, with the assistance of IBM SPSS version 30.

The results of this study show that the analysis of digital marketing variables (X1) has a positive effect on the income of MSMEs (Y). This can be proven by a significance value of $0.001 < 0.05$ and a t-calculated value greater than the t-table ($3,343 > 1,983$), the marketplace variable (X2) has a positive effect on MSME income (Y) as evidenced by a significance value of $0.013 < 0.05$ and a t-calculated value greater than the t-table ($2,537 > 1,993$). The digital marketing (X1) and marketplace (X2) variables on MSME (Y) revenue have a significant value of $<0.001 < 0.05$ and the value of the Adjusted R Square coefficient of 0.424 or 42.4%, so it can be concluded that together the digital marketing (X1) and marketplace (X2) variables have a significant effect on MSME revenue (Y) which means that H_a is accepted H_0 is rejected.

Keywords: digital marketing, marketplace, MSME income

الملخص

قليلا من الحلمة 2108204097. تأثير التسويق الرقمي والسوق على دخل الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (MSMES) في مدينة سيريبون ، منطقة كيسامي 2025.

أحدث العصر الرقمي تغييرات كبيرة في استراتيجيات التسويق ، بما في ذلك الجهات الفاعلة في الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. يعد التسويق الرقمي والأسواق أدوات مهمة في زيادة الإيرادات والوصول إلى سوق أوسع. في مدينة سيريبون ، على الرغم من استمرار زيادة عدد الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، إلا أن استخدام التسويق الرقمي لا يزال غير الأمثل. لا يفهم العديد من الجهات الفاعلة في الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة الوسائط الرقمية ويستخدمونها لتسويق منتجاتهم بشكل فعال. لذلك ، أجريت هذه الدراسة لتحديد تأثير التسويق الرقمي والسوق على دخل الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة كيسامي ، مدينة سيريبون.

الغرض من هذه الدراسة هو معرفة كيفية تأثير التسويق الرقمي والسوق على دخل الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (MSMES) في مدينة سيريبون ، منطقة كيسامي. يتزايد استخدام الإنترنت دائما. هذا ما يجب أن تدركه الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. يعد التسويق الرقمي والأسواق أحد الوسائط التجارية التي يزداد الطلب عليها حاليا من قبل الجهات الفاعلة في الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة لدعم ترويج المبيعات والمبيعات التي يمكن أن تحقق الأهداف .

تستخدم هذه الدراسة نهجا كميا مع البيانات التي تم الحصول عليها من مصادر البيانات الأولية. وتضم هذه الدراسة المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات على المستجيبين مع 78 مستجيبا. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام اختبارات الأدوات واختبارات الافتراض الكلاسيكية واختبارات الارتباط الجزئي واختبارات الانحدار الخطي المتعدد واختبارات الفرضيات ومعاملات التحديد التي تمت معالجتها بمساعدة تطبيقات IBM SPSS الإصدار 30.

تظهر نتائج هذه الدراسة أن تحليل متغيرات التسويق الرقمي (X1) له تأثير إيجابي على دخل الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (Y). يمكن إثبات ذلك من خلال قيمة دلالة تبلغ $0.001 < 0.05$ وقيمة محسوبة t أكبر من الجدول ($1,983 < 3,343$) ، ومتغير السوق (X2) له تأثير إيجابي على دخل الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (Y) كما يتضح من قيمة دلالة تبلغ $0.013 < 0.05$ وقيمة محسوبة أكبر من جدول ($2,537 > 1,993$) t . تبلغ قيمة التسويق الرقمي (X1) والسوق (X2) على إيرادات الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (Y) قيمة كبيرة تبلغ $0.001 < 0.05$ وقيمة معامل مربع R المعدل 0.424 أو 42.4% ، لذلك يمكن استنتاج أن متغيري التسويق الرقمي (X1) والسوق (X2) معا لهما تأثير كبير على إيرادات الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة (Y) مما يعني أن H_0 مقبول H_0 مرفوض.

الكلمات البحث: التسويق الرقمي ، السوق ، دخل الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *MARKETPLACE* TERHADAP
PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KOTA
CIREBON KECAMATAN KESAMBI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Oleh:

AKA WATRANA ANINDITA

NIM : 2108204097

Pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



Mariyah Ulfah, M.E.Sy.
NIP.198008052023212022



Dr. Wartovo, M.S.I.
NIP.198307022011011008

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

**Mengetahui:
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,**



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 197312232007011022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Siber Syekh
Nurjati Cirebon Di Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/i **Aka Watrana Anindita**, NIM : **2108204097** dengan judul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqasyahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Menyetujui :

Pembimbing I



Mariyah Ulfah, M.E.Sy.

NIP. 198008052023212022

Pembimbing II



Dr. Wartovo, M.S.I.

NIP. 198307022011011008

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah`



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 197312232007011022

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI"**, oleh **AKA WATRANA ANINDITA, NIM : 2108204097**, telah diajukan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang,



Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 197312232007011022

Sekretaris Sidang,

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.
NIP. 197311252014111002

Penguji I

Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.
NIP. 197312232007011022

Penguji II

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.
NIP. 198904212020121006

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Aka Watrana Anindita
NIM : 2108204097
Tempat Tanggal Lahir : Bekasi, 18 Mei 2002
Alamat : Perumahan Telaga Harapan Blok F3 No 18. RT 001
RW 012, Cikarang Barat, Bekasi.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI”** ini beserta isinya dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap keilmuan atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 16 Juni 2025

Saya yang menyatakan

Aka Watrana Anindita

NIM.2108204097

MOTTO

“Aku datang ke dunia ini dengan air mata dan ibuku hampir kehilangan nyawanya untuk aku bisa bernapas. Maka aku tak akan membiarkan hidup ini berjalan tanpa makna karena keberadaanku dibayar terlalu mahal untuk disia-siakan”

(Aka Watrana Anindita)

“Jika satu tetes keringat orang tuaku berarti satu pengorbanan, maka langkahku menuju masa depan harus jadi ribuan bukti bahwa aku tak melupakan siapa yang membuatku kuat”

(Aka Watrana Anindita)



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari hati yang terdalam, Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. Kepada cinta pertama dan panutanku, Ayahanda tercinta, Ada Sukaton, S.Kom. Terima kasih atas segala kasih sayang, kerja keras, dan pengorbanan yang Ayah berikan tanpa banyak kata. Dari Ayah, saya belajar arti tanggung jawab, kesederhanaan dan keteguhan dalam menjalani hidup. Kehadiran serta doa Ayah menjadi kekuatan besar yang mengiringi setiap langkah saya dalam menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan panutan terbaik dalam hidup saya.
2. Kepada pintu surgaku, Almarhumah Ibunda tercinta, Lili Sumiarti. Ibunda pergi di saat aku masih menapaki perjuangan akhir dalam pendidikan ini. Kehilanganmu adalah luka terdalam yang masih kutahan hingga hari ini. Tidak ada pelukan yang bisa menggantikan hangatnya doa-doamu, tidak ada kata yang mampu menggambarkan bagaimana hidup tanpamu. Meski ragamu telah tiada, namamu hidup dalam setiap lembar perjalanan ini. Skripsi ini adalah bentuk akhir dari janji dan doa yang belum sempat kusampaikan langsung padamu. Terima kasih untuk segala pengorbanan, tenaga, air mata, kesabaran, dan cinta yang tak akan pernah tergantikan. Doamu telah menjadi cahaya yang menuntunku menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga Allah melapangkan jalanmu di sisi-Nya, Ibu.
3. Kepada saudari kembarku tercinta, Aka Watrina Anindita S.Sos. Tidak semua orang diberi anugerah untuk memiliki saudara kembar, namun saya bersyukur dan bangga karena Allah menitipkan kamu sebagai bagian dari hidup saya sejak hari pertama. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi suka dan duka, menjadi teman tumbuh yang selalu ada di setiap langkah. Kehadiranmu adalah kekuatan tersendiri yang tidak bisa digantikan siapa pun. Dalam proses menyelesaikan skripsi ini, dukungan, kesabaran, dan semangat darimu menjadi pengingat bahwa saya tidak pernah sendiri. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam setiap perjuangan saya.
4. Kepada adik bungsuku tersayang, Aka Permana Widyatama. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan perhatianmu yang tak pernah putus meskipun kita terpisah oleh jarak. Walaupun kamu di Pondok Gontor, aku selalu merasakan kehadiranmu melalui setiap doa dan semangat yang kamu kirimkan. Dukunganmu, baik yang langsung maupun tak terlihat, memberikan kekuatan luar biasa dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Meski jauh, cinta dan perhatianmu selalu mengingatkanku untuk terus melangkah dan berjuang. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam proses ini.
5. Kepada Lilo, Lolo, Mickey, Lala, Smilely, Junior, Tolly dan Molly. Terima kasih telah menjadi teman setia di setiap hari yang penuh suka dan duka. Kehadiran kalian selalu memberi kebahagiaan dan kenyamanan yang tak ternilai. Dari pagi hingga malam panjang saat skripsi ini terasa berat, kalian

menjadi teman yang tak pernah mengeluh, mendengarkan setiap keluhan, dan menghibur dengan cara kalian sendiri. Kehadiran kalian memberikan warna dan makna dalam setiap proses ini. Terima kasih telah menemani perjalanan ini dengan cara yang sederhana namun penuh arti.

6. Kepada sahabat-sahabatku Danisya Anwar, Andara Rizky Danianingsih, dan Faiqotur Rohmah. Terima kasih atas dukungan yang tak pernah surut, apresiasi yang tulus, dan semangat yang terus kalian hadirkan dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini. Kebersamaan kita adalah bagian penting dari proses ini.
7. Kepada jodohku kelak, yang telah Allah tuliskan di Lauhul Mahfudz. Meskipun kita belum dipertemukan, izinkan aku mempersembahkan skripsi ini untukmu dan untuk buah hati kita di masa depan. Kamu adalah salah satu alasan aku bertahan, karena aku ingin menjadi yang terbaik, tidak hanya untuk diriku sendiri, tetapi juga untukmu dan masa depan kita bersama. Semoga kelak, saat kita dipertemukan oleh Allah, kamu bisa melihat dan merasa bangga atas segala perjuangan ini. Semoga Allah SWT mempertemukan kita pada waktu yang paling indah, dalam keadaan terbaik, dan dalam versi terbaik dari diri kita masing-masing.
8. Penulis persembahkan skripsi ini untuk diri sendiri, Aka Watrana Anindita. Terima kasih karena telah menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena selalu berusaha keras menyelesaikan pendidikan Sarjana (Strata-1) ini. Terima kasih karena tidak pernah menyerah dan senantiasa menikmati setiap prosesnya, meskipun jalan yang dilalui tidak selalu mudah. Terima kasih karena mampu bertahan dan mengendalikan diri di tengah berbagai tekanan yang datang dari luar maupun dari dalam diri sendiri. Kamu telah menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, dengan usaha yang maksimal. Ini adalah pencapaian yang layak untuk dibanggakan. Setelah ini, mari bekerja lebih keras lagi untuk masa depan yang lebih baik.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Aka Watrana Anindita, lahir di Bekasi pada tanggal 18 Mei 2002. Penulis merupakan anak ke 1 (pertama) dari 3 (tiga) bersaudara, dari pasangan Bapak Ada Sukaton dan Almarhumah Ibu Lili Sumiarti. Penulis bertempat tinggal di Perumahan Telaga Harapan Blok F3 No 18 RT.001 RW.012 Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi, Jawa Barat. Jenjang pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. SDIT Nurul Fajri
2. SMPIT Nurul Fajri
3. SMAN 1 Cikarang Barat

Penulis menempuh program pendidikan Sastra Satu (S-1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang mengambil judul penelitian **“PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN MARKETPLACE TERHADAP PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA CIREBON KECAMATAN KESAMBI”**, di bawah bimbingan Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy. dan Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir semester akademik (skripsi) dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi besar Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya serta orang-orang yang selalu mengikuti sunnahnya.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak, untuk itu tidak lupa peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah. Dan Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Mariyah Ulfah, M.E.Sy. selaku dosen pembimbing I terima kasih atas kesediaannya dan keikhlasannya dalam membimbing, memberikan masukan, pengarahan serta mendengarkan keluh kesah kesulitan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Wartoyo, M.S.I.selaku Dosen pembimbing II Skripsi terima kasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing dan memotivasi peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua saya Ayahanda Ada Sukaton dan Almh, Ibunda Lili Sumiarti yang senantiasa memberikan dukungannya dan do'anya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

7. Kepala dan staff perpustakaan UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memudahkan peneliti untuk mendapatkan berbagai referensi dalam menyelesaikan skripsi.
8. Terhadap pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi ini pelaku usaha mikro kecil dan Menengah yang telah memberikan izin dan waktunya serta bersedia direpotkan dalam proses pengumpulan data responden.
9. Seluruh keluarga besar dan teman-teman kelas Ekonomi Syariah C terima kasih telah memberikan semangat dan do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Walaupun penyusunan skripsi ini telah selesai, namun saran dan masukan dari semua pihak senantiasa peneliti harapkan. Peneliti menyadari bahwa karya ini masi jauh dari kata sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi peneliti dan umunya bagi pembaca. Wassalamualaikum Wr.Wb



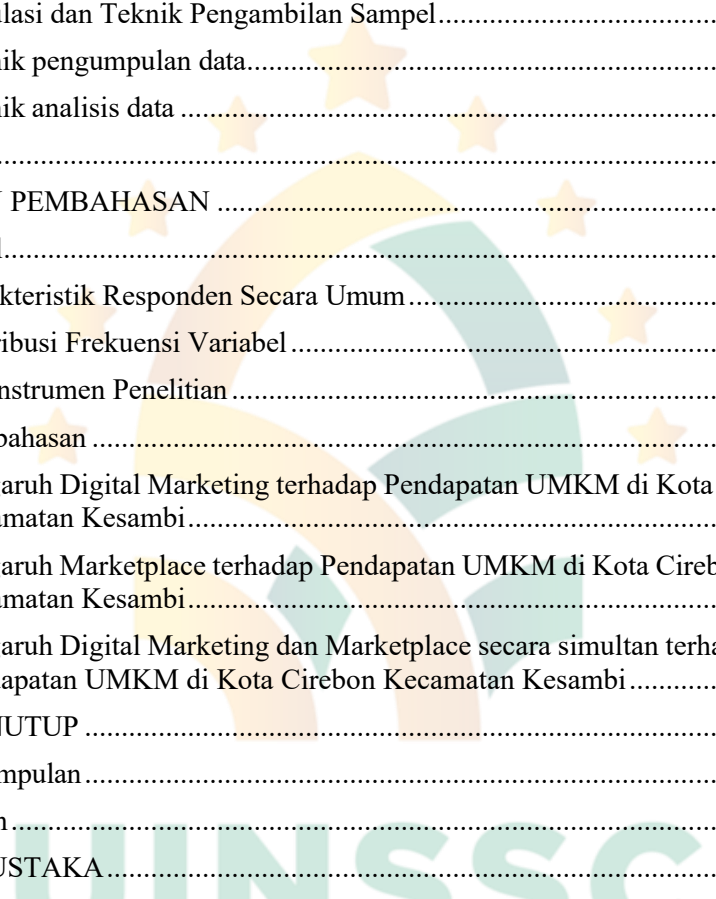
Cirebon, 16 Juni 2025

Aka Watrana Anindita
NIM. 2108204097

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
SKRIPSI	v
NOTA DINAS.....	vi
LEMBARAN PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	viii
MOTTO.....	ix
KATA PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. <i>Technology Acceptance Model</i>	9
B. Pengertian Digital Marketing.....	10
1. Bentuk Digital Marketing	12
2. Indikator Digital Marketing	12
C. Pengertian <i>Marketplace</i>	13
1. Indikator Marketplace.....	14
2. Contoh Marketplace.....	14
3. Jenis-Jenis Marketplace	15
4. Kelebihan Marketplace	15
5. Kelemahan Marketplace	16
D. Pendapatan.....	16
1. Indikator Pendapatan	17
2. Sumber Pendapatan	18

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan	18
4. Pengertian UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah).....	18
5. Kriteria UMKM.....	19
E. Literature Review	19
F. Pemetaan kerangka Konseptual dan Pengembangan Hipotesis	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
C. Teknik pengumpulan data.....	29
D. Teknik analisis data	32
BAB IV.....	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Hasil.....	41
1. Karakteristik Responden Secara Umum.....	42
2. Distribusi Frekuensi Variabel	46
3. Uji Instrumen Penelitian	54
B. Pembahasan	65
1. Pengaruh Digital Marketing terhadap Pendapatan UMKM di Kota Cirebon Kecamatan Kesambi.....	65
2. Pengaruh Marketplace terhadap Pendapatan UMKM di Kota Cirebon Kecamatan Kesambi.....	66
3. Pengaruh Digital Marketing dan Marketplace secara simultan terhadap Pendapatan UMKM di Kota Cirebon Kecamatan Kesambi.....	67
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	1
Tabel 3.1.....	30
Tabel 3.2.....	31
Tabel 4.1.....	41
Tabel 4.2.....	42
Tabel 4.3.....	43
Tabel 4.4.....	43-44
Tabel 4.5.....	44
Tabel 4.6.....	45
Tabel 4.7.....	46
Tabel 4.8.....	47
Tabel 4.9.....	50
Tabel 4.10.....	52
Tabel 4.11.....	55-56
Tabel 4.12.....	56
Tabel 4.13.....	57
Tabel 4.14.....	58
Tabel 4.15.....	59
Tabel 4.16.....	59-60
Tabel 4.17.....	60
Tabel 4.18.....	60
Tabel 4.19.....	61
Tabel 4.20.....	62
Tabel 4.21.....	63
Tabel 4.22.....	64
Tabel 4.23.....	64

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Jumlah Pengguna Marketplace di Indonesia periode 2020-2029	2
Grafik 1.2 Jumlah Kunjungan Website Marketplace di Indonesia 2024.....	3
Grafik 1.3 Jumlah UMKM Digital dan Non-Digital Kota Cirebon	5
Grafik 1.4 Jumlah yang memakai Marketplace di Kota Cirebon	5



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	74-78
Lampiran 2 : Rekap data kuesioner (data ordinal).....	79-84
Lampiran 3 : Rekap data kuesioner (Data interval).....	84-89
Lampiran 4 : Output Uji Validitas.....	90-92
Lampiran 5 : Output Uji Reliabilitas.....	93
Lampiran 6 : Output Uji Asumsi Klasik.....	94-95
Lampiran 7 : Output Uji Korelasi Parsial.....	96
Lampiran 8 : Output Uji Regresi Linear Berganda.....	97
Lampiran 9 : Output Uji Hipotesis.....	98
Lampiran 10 : Output Uji Koefisiensi Determinasi.....	99
Lampiran 11 : Distribusi r-tabel.....	100-101
Lampiran 12 : Distribusi t-tabel.....	102
Lampiran 13 : SK Pembimbing.....	103
Lampiran 14 : Surat Izin Pengantar Penelitian.....	104
Lampiran 15 : Dokumentasi.....	105-106
Lampiran 16 : Kartu Bimbingan Skripsi	107

