

**Pengaruh Media Sosial dan E-commerce Terhadap Penjualan Pada  
UMKM Dinas Koperasi Medan**

**Oleh :**

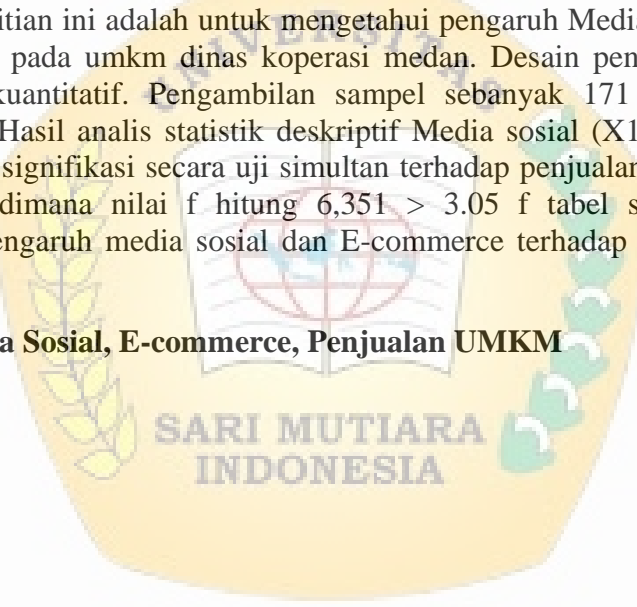
**Helisman Laia**

**190311017**

**Abstrak**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam perkembangan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Bagi UMKM, yang bisa mengakses online dan terlibat dalam media sosial seperti Facebook memiliki keuntungan bisnis yang lebih banyak. Pada tahun 2011, Indonesia sudah memulai memperkenalkan perdagangan Elektronik (E-commerce) Pada tahun 2023, beberapa jenis produk unggulan Dinas koperasi dan UMKM Medan sebanyak 20 jenis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Media sosial dan E-commerce terhadap penjualan pada umkm dinas koperasi medan. Desain penelitian ini menggunakan metode penelian kuantitatif. Pengambilan sampel sebanyak 171 responden dengan non random sampling. Hasil analisis statistik deskriptif Media sosial (X1) dan E-commerce (X2) memberi pengaruh signifikansi secara uji simultan terhadap penjualan (y) pada UMKM Dinas Koperasi Medan, dimana nilai  $f_{hitung} 6,351 > 3,05 f_{tabel}$  signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Kesimpulan ada pengaruh media sosial dan E-commerce terhadap penjualan UMKM dinas koperasi Medan.

**Kata kunci : Media Sosial, E-commerce, Penjualan UMKM**



**SARI MUTIARA  
INDONESIA**

**The Influence Of Social Media and E-commerce On  
Sales to the UMKM Cooperative Service**

**By :**

**Helisman Laia**

**190311017**

***Abstract***

*Micro, small and medium enterprises (MSMEs) play an important role in economic development and reduce unemployment. For MSMEs, those who can access online and engage in social media such as Facebook have more business advantages. In 2011, Indonesia started introducing electronic commerce (E-commerce). In 2023, there will be 20 types of superior products from the Medan Cooperative and MSME Service. The purpose of this study was to determine the effect of social media and e-commerce on sales at the Medan cooperative service umkm. This research design uses quantitative research methods. Sampling of 171 respondents with non-random sampling. The results of descriptive statistical analysis of social media (X1) and E-commerce (X2) have a significant influence in a simultaneous test on sales (y) at the Medan Cooperative Department MSMEs, where the calculated f value is  $6.351 > 3.05$  if the significance table is  $0.002, < 0.05$ . The conclusion is that there is an influence of social media and E-commerce on the sales of MSMEs in the Medan cooperative service.*

**Keywords: Social Media, E-commerce, MSME Sales**