

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA  
UMKM LOKAL DI DESA TELUK KENIDAI KAB. KAMPAR**



SKRIPSI

Di Ajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Serjana  
Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**MUHAMMAD TAUFIK RAMADHANI**

**12040317442**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU 2024**

Peng Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

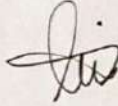
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM  
LOKAL DI DESA TELUK KENIDAI KABUPATEN KAMPAR**

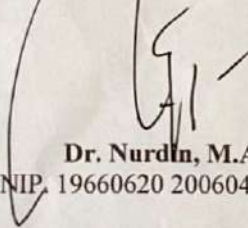
Disusun oleh :



**M. Taufik Ramadhani**  
NIM. 12040317442

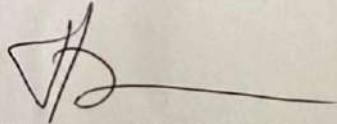
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 13 November 2024

Mengetahui,  
Pembimbing,



**Dr. Nurdin, M.A**  
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**فakultas dakwah dan komunikasi**  
**كلية الدعوة و الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

---

**PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Taufik Ramadhani  
Nim : 12040317442  
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Lokal di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 2 Desember 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Januari 2025  
Dekan  
  
Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd.,MA  
NIP.198111182009011006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I.  Dr. Elfiandri, S.Ag., M.Si NIP. 19700312 199703 1 006	Sekretaris/ Penguji II.  Dewi Sukartik, S.Sos., M.Sc NIP. 19810914 202321 2 019
Penguji III.  Yantos, S. IP., M. Si NIP. 19710122 200701 1 016	Penguji IV.  Suardi, S. Sos., M.I.Kom NIP. 19780912 201411 1 003

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Pekanbaru, 13 November 2024

No. : Nota Dinas  
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar  
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,  
**Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi**  
di-  
Tempat.

*Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : M. Taufik Ramadhani  
NIM : 12040317442  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Lokal di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar

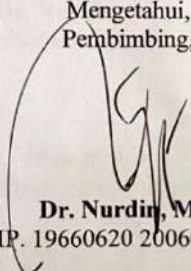
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

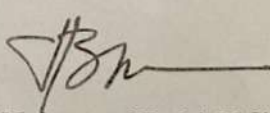
Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.*

Mengetahui,  
Pembimbing,

  
**Dr. Nurdin, M.A**  
NIP. 19660620 200604 1 015

Mengetahui  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

  
**Dr. Muhammad Badri, M.Si**  
NIP. 19810313 201101 1 004

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

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M.taufik ramadhani  
NIM : 12040317442  
Tempat/Tgl.Lahir : Pekanbaru, 5 desember 2001  
Jurusan/Semester : Ilmu Komunikasi/IX  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Lulus Munaqasah : 2 Desember 2024  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP KINERJA UMKM LOKAL DI DESA  
TELUK KENIDAI KABUPATEN KAMPAR

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan akal sehat.

Pekanbaru, 21 Januari 2025  
Yang membuat pernyataan



**M. Taufik ramadhani**

NIM : 12040317442



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051  
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

### PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M. Taufik Ramadhani  
NIM : 12040317442  
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM Lokal di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 29 Juli 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 29 Juli 2024  
Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

**Mustafa, S.Sos., M.I.Kom**  
NIP. 19810816 202321 1 012

Penguji II,

**Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 19920512 202321 2 048

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

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, yang menjadi sumber kekuatan utama dan kesehatan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, shalawat dan salam kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa perubahan besar bagi kehidupan seluruh makhluk hidup di bumi ini. Mulai dari zaman jahiliyah menuju ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh penggunaan media sosial terhadap Kinerja UMKM local di desa Teluk Kenidai kabupaten Kampar” Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN Suska) Riau.

Pada kesempatan ini, peneliti menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang peneliti hormati dan sayangi. Terutama dan yang paling utama kepada Ayahanda Zulkifli dan Ibunda Ade afrina, serta Hidayah dan resti sebagai adik kandung tersayang saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan serta semangat agar skripsi ini selesai dengan tepat pada waktunya. Tidak lupa pula ucapan terimakasih ini peneliti sampaikan juga kepada insan-insan yang telah memberikan semangat, dukungan, saran, dan masukan serta bimbingan yang sangat berharga. Untuk itu melaluirangkaian kata dalam skripsi ini, penulis mengungkapkan terimakasih kepada:

Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Ibu Prof. Dr. Helmiati, M.Ag selaku WR 1 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Prof. Dr. Mas’ud selaku WR II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt, M.Sc, Ph.D, selaku WR III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd. MA. Ph.D, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku WD 1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Muhammad Badri, SP., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S. Ag., M.I.kom selaku sekretaris Prodi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr. Nurdin, MA selaku pembimbing serta orang yang saya hormati dan saya sayangi. Beliau membimbing dan membantu penulis dalam proses penulisan skripsi ini serta kritikan dan saran yang sangat kompeten
6. Bapak Umar Abdur Rahim SM, S.Sos.I., M.A selaku Pembimbing Akademik (PA) penulis yang membimbing penulis selama masaperkuliah.
6. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmunya selama berlangsungnya proses perkuliahan.Seluruh staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Prodi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu di bidang akademik dan kemahasiswaan.
7. Calon istri yang bakal jadi istri sah ditanggal 8 desember 2024, Cindy Ismeilia Putri yang selalu menjadi support sistem dari segi apapun baik mental, materi dan motivasi.
8. Ibu mertua, Nurmiati yang selalu menyemangati agar cepat untuk menyelesaikan penelitian ini.
9. Kawan Seperjuangan, Robby Dwi Okta Saputra dan Muhammad Fikri Arifin yang selalu menemani dan membantu dalam mengerjakan penelitian ini sampai selesai,
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu-satu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.

Semoga bantuan yang telah diberikan mendapat balasan pahala dari Allah SWT, dan sebuah harapan dari penulis semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan para pembaca semua. Semua kekurangan hanya datang dari penulis dan kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat positif dan membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Terakhir sebagai hamba yang memiliki keterbatasan, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini terdapat kekurangan dan kesalahan. Oleh karna itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran pembaca bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Pekanbaru, 19 November 2024

Penulis

**M. Taufik ramadhani**  
NIM. 12040317442

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB 1.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Penegasan Istilah .....	4
1.2.1 Pengaruh.....	4
1.2.2 Media sosial.....	5
1.2.3 UMKM .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II.....</b>	<b>8</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Kajian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1 Teori Uses and Gratification .....	13
2.2.2 Pengertian Penggunaan Media Sosial .....	15
A. Pengertian Penggunaan Media sosial.....	15
B. Jenis - jenis media sosial .....	15
C. Fungsi Media sosial.....	16
D. Dampak Positif dan Negatif Media sosial.....	17
E. Indikator Penggunaan Media Sosial.....	18

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

2.2.3 Kinerja UMKM.....	18
A. Pengertian Kinerja UMKM.....	18
B. Karakteristik UMKM .....	24
C. Manfaat UMKM .....	25
2.3 Konsep Operasional.....	26
A. Variabel Bebas (X) Penggunaan media sosial .....	26
B. Variabel Terikat (Y) Kinerja UMKM .....	27
2.4 Kerangka Pemikiran .....	29
2.5 Hipotesis .....	30
<b>BAB III .....</b>	<b>31</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Populasi Dan Sampel.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
3.5.1 Uji Validitas .....	33
3.5.2 Uji Realibilitas.....	35
3.6 Analisis Data .....	36
3.6.2 Uji Normalitas.....	36
<b>BAB IV.....</b>	<b>39</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>39</b>
1. Perkembangan UMKM di Indonesia .....	39
2. Peran umkm dan fungsi umkm.....	39
3. Jenis UMKM.....	40
<b>BAB V .....</b>	<b>42</b>
<b>LAPORAN HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
5.1 Hasil Analisis .....	42
5.1.1 Identitas Diri Responden: .....	42

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

A. Berdasarkan Usia .....	42
B. Berdasarkan Jenis kelamin .....	43
C. Berdasarkan Jenis UMKM.....	43
D. Berdasarkan Lama Usaha Berdiri.....	44
E. Berdasarkan Jenis Sosial Media yang digunakan .....	44
5.2 Pembahasan penelitian .....	53
5.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas .....	53
A. Uji Validitas .....	53
1. Uji Validitas Penggunaan media sosial (X).....	53
2. Uji Validitas Kinerja UMKM (Y).....	53
B. Uji Reliabilitas.....	54
5.2.2 Uji Normalitas.....	55
5.2.3 Koefisien Determinasi .....	56
5.2.4 Uji Regresi linear sederhana .....	56
5.2.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	57
<b>BAB VI.....</b>	<b>62</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
6.1 KESIMPULAN.....	62
6.2 SARAN.....	63
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>132</b>
<b>ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN .....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah UMKM di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar .....	32
Tabel 3.2 Bobot Nilai Angket .....	33
Tabel 5.1.1 Distribusi Responden berdasarkan durasi penggunaan media sosial .....	45
Tabel 5.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Media Sosial .....	46
Tabel 5.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Akses .....	46
Tabel 5.1.4 Tabel Distribusi Responden berdasarkan orientasi .....	47
Tabel 5.1.5 Distribusi Responden Berdasarkan Kontrol Media Dengan Keluarga .....	48
Tabel 5.1.6 Distribusi Responden Berdasarkan Kontrol Media Dengan Rekan bisnis .....	49
Tabel 5.1.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pertumbuhan keuntungan .....	50
Tabel 5.1.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pertumbuhan Pelanggan .....	50
Tabel 5.1.9 Distribusi Responden Berdasarkan Pertumbuhan Penjualan .....	51
Tabel 5.1.10 Distribusi Responden Berdasarkan Penambahan Tenaga Kerja .....	52
Tabel 5.1.11 Reability Statistics Case Processing Summary .....	54
Tabel 5.1.12 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	55
Tabel 5.1.13 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary .....	56
Tabel 5.1.14 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients .....	57
Tabel 5.1.15 Hasil Uji t Coefficients .....	58

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## ABSTRACT

**Name** : M. Taufik Ramadhani  
**Number** : 12040317442  
**Study Program** : Communication Sciences  
**Title** : The influence of the use of social media on the performance of local UMKM in Teluk Kenidai village, Kampar district

Teluk Kenidai village UMKM are UMKM located in Kampar district, and UMKM in Teluk Kenidai village have various types, such as fashion, culinary, automotive, clontong, and others. And in this era of digitalization, all UMKM everywhere use social media to make their work easier and to improve their performance. The aim of this research is to find out how much influence social media has on the performance of local UMKM in Teluk Kenidai village, Kampar Regency. Researchers use the Uses and Gratification theory. The essence of this theory explains that audiences have full awareness in choosing media to fulfill their needs and desires. The data collection technique is in the form of a questionnaire with incidental sampling. The population is 125 UMKM and the sample is 40. The data collected is analyzed using simple linear regression to see the extent to which variable x influences variable y. Based on the significance test between the use of social media and the performance of UMKM using SPSS, it is known that the calculated t value of 10.722 is greater than the t table value of 1.686 with a significance value of  $0.001 < 0.05$ . So it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that there is an influence of the use of social media on the performance of UMKM. The independent variable contributed 75.2% to the dependent variable, while the remaining 24.8% was influenced by other variables not included in this research.

**Keywords:** Use of social media, UMKM performance

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena di Kab. Kampar, tepatnya di desa Teluk kenidai semenjak pandemi tiba. Setelah penulis melakukan observasi dan mewawancarai salah satu UMKM di desa Teluk kenidai, yaitu Ade afrina seorang UMKM yang berjualan sambal harian mengatakan “di desa Teluk kenidai ini sudah hampir semua para UMKMnya sudah terbiasa menggunakan media sosial untuk mempromosikan serta menjangkau konsumen yang lebih banyak”. Disamping itu Berdasarkan Jurnal yang dikemukakan oleh Puspita sari, Arisandi, Setiawan, Trisnawati, Elvitaria (2021) Setelah melakukan kegiatan yang dapat mendukung usaha berbasis kemasyarakatan dengan bantuan ibu-ibu PKK ada beberapa UMKM yang menggunakan sosial media untuk meningkatkan kinerja mereka, diantaranya terdapat 35 UMKM yang menggunakan Whatsaap, 35 UMKM yang menggunakan Facebook, dan 24 UMKM yang menggunakan Instagram. Platform sosial media yang sedang banyak digunakan antara lain seperti, Whatsapp, Tiktok, Twitter, Instgram, dan Facebook. Berdasarkan pernyataan dari Ade Afrina, seorang UMKM sambal harian desa Teluk kenidai, ia mengatakan bahwa untuk meringankan pekerjaannya dan menghemat waktu dalam menjalankan usahanya, ia menggunakan Whatsapp untuk memberitahu menu sambal yang sudah ready untuk dijual ke masyarakat sekitarnya. Dan bukan hanya Ibu Ade Afrina saja yang menggunakan Whatsapp untuk meningkatkan kinerja usahanya, namun hampir semua UMKM didesa teluk kenidai ikut menggunakan media sosial untuk meningkatkan kinerja usaha mereka masing-masing dan bukan hanya media Whatsapp saja namun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Tiktokpun ikut digunakan.

Pada fenomena diatas dalam penggunaan media sosial terdapat antara semestinya dan kenyataannya, maka munculah kesenjangan. Dalam menggunakan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media sosial semestinya dipergunakan untuk memberikan dampak positif bagi kehidupan serta para penggunanya. Menurut Zukhria Budi Ramadhani (2016) ada beberapa dampak positif dari penggunaan media sosial seperti, mempermudah kegiatan belajar, mencari dan menambah teman atau bertemu kembali dengan teman lama, menghilangkan kepenatan. Sedangkan kenyataannya dapat dilihat dari pendapat seorang UMKM sambal harian yang bernama Ade Afrina mengatakan, bahwa dikalangan remaja putra dan putri yang sudah tamat sekolah menengah atas mayoritasnya menggunakan media sosial hanya untuk melihat video-video game, membuat content tiktok, mengscroll tiktok dan melihat instastory para artis-artis dunia maya. Berdasarkan semestinya dan kenyataannya maka timbullah kesenjangan yang mengakibatkan penggunaan media sosial tidak digunakan dengan baik, yang mana semestinya dalam penggunaan media sosial bisa digunakan untuk hal-hal yang lebih positif dalam mengembangkan suatu usaha, mencari kegiatan untuk menghasilkan uang, mencari ide untuk membuka suatu usaha kecil-kecilan, akan tetapi pengguna media sosial sekarang hanya menggunakan media sosial untuk melepas kebosanan mereka saja.

Berdasarkan kesenjangan di atas maka masalah yang akan diteliti ialah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM lokal di desa Teluk Kenidai Kab.Kampar? Penelitian ini juga sudah diteliti oleh Mardinawati, Budhi Adhiani C, Sumanto, Teguh Budi Santosa, Maharani Rona Makom (2023) mereka melakukan penelitiannya pada UMKM di wilayah Magelang dan Temanggung dan Adisty Anggraini, Zuhri M Nawawi pada tahun 2023 yang melakukan penelitiannya pada UMKM di kota Medan.

Dari masalah di atas maka bisa kita lihat konsep dasar dari penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM. Menurut Hsu (2012) mendefinisikan penggunaan media sosial sebagai tempat berkumpulnya sejumlah besar konsumen, gudang informasi milik pelanggan yang berfungsi menyebarkan informasi untuk membangun kehadiran pasar. Menurut Zarella (2010) penggunaan media sosial diargumentasikan sebagai media yang tepat bagi pemasaran karena kemudahan akses, penggunaan media sosial merupakan langkah strategis dalam memasarkan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

hasil produk. Menurut Aribawa (2016) berpendapat bahwa kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari perusahaan yang individu bekerja. Menurut Aribawa (2016) kinerja merupakan keberhasilan suatu organisasi yang mewujudkan sasaran yang strategic dan telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang akan diharapkan oleh suatu organisasi tersebut. Pada suatu kinerja yang dihasilkan oleh suatu UMKM dengan baik maka akan semakin kokoh untuk menjadi tulang punggung di perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan secara langsung di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar, Media Sosial kini telah menjadi trend dalam komunikasi pemasaran. media sosial sangat banyak digunakan oleh semua masyarakat dari golongan muda maupun golongan tua. Dengan adanya media sosial tentunya dapat mempermudah para UMKM untuk melakukan atau menjalankan usahanya, UMKM menggunakan beragam aplikasi di media sosial untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis dan publisitas, karena sejumlah besar bidang terkait bergabung dengan laman mereka, itulah sebabnya mereka mendapatkan lebih banyak relasi dan berbagi pengetahuan satu sama lain untuk membuat bisnis mereka menjadi berkembang. Media sosial bisa mempengaruhi cara penjualan suatu usaha, pemasaran suatu usaha, dan pengenalan produk kepada masyarakat. UMKM yang mengenalkan atau mempromosikan produknya melalui media sosial dapat dengan mudah dikenali atau diliat oleh semua khalayak. Tidak dapat dipungkiri bahwa seiring berjalannya waktu, teknologi akan menjadi lebih cepat dan akurat sehingga membuat hidup masyarakat menjadi lebih mudah. Sementara itu, oportunistis memanfaatkan peluang ini dan membawa ide-ide baru ke dalam industri. Pengusaha akan menggunakan media sosial yang bertujuan untuk berinteraksi dengan konsumen atau pelanggan atau mencoba untuk meningkatkan kontak dengan koneksi yang kuat.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## 1.2 Penegasan Istilah

Dengan penelitian yang berjudul “*Pengaruh penggunaan media sosial terhadap Kinerja UMKM lokal di Desa Teluk Kenidai Kab.Kampar*” Penulis akan membuat penegasan istilah untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul, dan beberapa kata kunci yang dianggap penting. Gunanya untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan penyimpangan terhadap judul penelitian yang dibuat oleh penulis. Berikut beberapa penegasan istilah yang diberikan oleh penulis diantaranya:

### 1.2.1 Pengaruh

Menurut Albert R. Roberts dan Gilbert, pengaruh adalah wajah kekuasaan yang diperoleh oleh orang saat tidak memiliki kewenangan untuk mengambil keputusan. Sedangkan Menurut Badudu dan Zain (2001:1031), pengaruh adalah (1) daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, (2) sesuatu yang dapat membentuk atau mengubah sesuatu yang lain, (3) tunduk atau mengikuti karena kuasa atau kekuatan orang lain”. Namun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2001:849), pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Kehadiran internet dan media online membawa banyak keuntungan bagi UMKM yang menggunakannya, seperti whatsapp yang menyediakan tampilan sederhana dan mudah digunakan bagi semua kalangan. Hal ini akan menguntungkan terhadap orangtua yang ingin mempromosikan usaha mereka agar dapat dilihat oleh jangkauan yang luas. Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan UMKM lokal di Desa Teluk Kenidai Kab.Kampar. Di penelitian ini penulis berharap agar bisa melihat sebesar apa pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan UMKM lokal di Desa Teluk Kenidai Kab.Kampar.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

## 1.2.2 Media sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet berdasarkan ideologi teknologi Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan berbagi konten. Dengan demikian, media sosial bisa dikatakan sebagai media baru yang berbasis pada teknologi maju dalam banyak hal. Berbagai bentuk media sosial seperti majalah, forum internet, blog, mikroblog, wiki, foto, gambar, video perangkat, dan bookmark sosial (Kaplan & Haenlein, 2010).

Media sosial adalah tempat di mana setiap orang dapat membuat akun sendiri secara virtual atau online untuk terhubung, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan siapa pun. Saat ini, platform media sosial terbesar adalah Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Twitter.

## 1.2.3 UMKM

UMKM dapat diartikan sebagai kegiatan usaha yang bisa dilakukan dimanapun serta siapapun dapat melakukannya. Internet dan berbagai platform daring (online) terutama media sosial, memfasilitasi bisnis yang memungkinkan usaha rumahan, usaha kecil dan menengah dapat menarik konsumen lebih banyak, alhasil siapa pun dapat melakukan bisnis dengan harga pemasaran yang sangat murah dan terjangkau (Kordi, 2020). Dikutip dari salah satu website resmi (liputan6.com, 2019), menjelaskan bahwa e-commerce mendorong Generasi Milenial untuk menjadi wirausahawan baru, yang mana untuk mendukung Generasi Milenial menjadi wirausahawan baru, digelar kegiatan Workshop. Hal tersebut menggambarkan jika pelaku UMKM yang merupakan generasi milenial cukup banyak, terutama pelaku usaha UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk menjalankan usahanya (Anggraini, 2023).

Diera digital ini UMKM memperoleh banyak keuntungan mengapa demikian? karna media sosial yang semakin maju dan semakin gampang digunakan untuk mengenalkan produk-produk yang ingin dijual dari UMKM tersebut. Namun hal ini juga suatu yang memicu agar semua orang menggunakan handphone supaya tidak kalah dalam persaingan mempromosikan usaha mereka masing-

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masing. Dan handphone sekarang menjadi salah satu kebutuhan bagi siapapun, karna dihandphone kita bisa mencari tahu apa yang belum kita ketahui

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM lokal di Desa Teluk Kenidai Kab.Kampar?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tau sebesar apa pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Desa Teluk Kenidai Kab.Kampar

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Di penilitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan pemahaman tentang keterkaitan antara media sosial dan UMKM. Penelitian tersebut akan memberikan sebuah informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memecahkan suatu masalah. Penelitian ini akan memberikan kontribusi kepada pembaca mengenai pemahaman tentang pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Desa Teluk kenidai Kab.Kampar.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian proposal ini di buat agar dapat memberikan gambaran dari permasalahan pokok yang disusun secara ringkas pada tiap-tiap bab.adapun penulisan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam Bab I menjelaskan mengenai Latar belakang, Penegasan istilah, Rumusan Masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (secara Teoritis dan secara Pragmatis), dan sistematika penulisan.

#### **BAB II: TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab II tersebut berisikan penjabaran secara rinci terkait landasan teori yang menjadi dasar dalam penulisan proposal skripsi ini, landasan teori, oprasionalisasi variable dan Hipotesis

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisikan desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, proses pengumpulan data, Uji Validasi dan Uji Reabilitas dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, Sejarah, Visi dan Misi, logo dan struktur Lembaga

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam Bab ini Menjelaskan secara rinci terkait hasil penelitian serta Temuan-Temuan di lapangan terkait hal yang menjadi topik dalam penelitian ini

### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menjelaskan secara rinci terkait hasil kesimpulan dari penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian terdahulu, maka penulis membuat tinjauan terhadap kajian atau penelitian yang sudah di teliti sebelumnya, antara lain:

1. Bado, Basri and Hasan, Muhammad and Isma, Andika (2023) "Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial". *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 (2)  
Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari pemanfaatan media sosial dan kreativitas, terhadap modal sosial untuk keberlanjutan usaha UMKM milenial di kecamatan mattiro somepe. Metode penelitian ini di kategorikan penelitian kuantitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, koesioner atau angket, dan dokumentasi. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 orang yang kemudian pada analisis menggunakan deskriptif, uji validitas dan reabilitas, uji asumsi, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis dan uji sobel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pemanfaatan media sosial pengaruh secara signifikan terhadap modal social 2) Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap modal social 3) Pemanfaatan media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 4) Kreativitas berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 5) modal sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan usaha 6) Keberlanjutan usaha signifikan memediasi pengaruh Pemanfaatan media sosial terhadap modal Sosial 7) Keberlanjutan usaha signifikan memediasi pengaruh Kreativitas terhadap modal sosial (Bado, 2023).
2. Mardinawati, Budhi Adhiani C, Sumanto, Teguh Budi Santosa, Maharani Rona Makom "pengaruh penggunaan media sosial bagi pengembangan usaha mikro

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kecil dan menengah (umkm)” jurnal aktual akuntansi bisnis terapan/vol 6 no.1 mei 2023 Penelitian dilakukan pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah Magelang dan Temanggung. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah media sosial dan manfaatnya berpengaruh terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Metode dalam penelitian ini adalah penelitian ini merupakan penelitian deskriptif observasional pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Magelang dan Kota Temanggung. Penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi terhadap UMKM. Metode analisis statistik deskriptif dan analisis kualitatif. Hasil ditampilkan ke dalam tabel dan grafik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM telah menggunakan media sosial dalam mengembangkan usahanya, terutama pada pengenalan dan pemasaran produk. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Instagram serta whatsapp (Mardinawati, 2023).

- 3 D. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, Dhety Chusumastuti “Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat” Jurnal *Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 5, No. 1 (Februari – Mei): 94-107 Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, termasuk di Jawa Barat. Namun, banyak UMKM berjuang untuk bersaing di pasar yang sangat kompetitif karena keterbatasan sumber daya dan akses informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kehadiran media sosial dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM di Jawa Barat. Data dikumpulkan dari 300 pemilik UMKM di Jawa Barat dengan menggunakan kuesioner yang diisi sendiri. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa kehadiran media sosial dan orientasi pasar secara signifikan memprediksi kinerja UMKM. Temuan penelitian ini

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memiliki implikasi penting bagi UMKM, pembuat kebijakan, dan instansi pemerintah dalam menyusun strategi dan kebijakan untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Jawa Barat dan daerah lainnya (Heryadi, 2023).

4. Mia Anggraeni “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Selama Pandemi Covid-19 Dengan Mediasi Kemampuan Inovasi Dan Kemampuan Branding” *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 9 Nomor 2 (2021) Virus Covid-19 yang menyebar secara global berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Beberapa bisnis sektor-sektor tersebut mengalami penurunan kinerja akibat pembatasan aktivitas luar ruangan yang dilakukan pemerintah mencegah penyebaran virus ini. Untuk itu, UKM harus bisa menyesuaikan saluran pemasarannya offline ke online untuk mengoptimalkan kinerja pemasaran di masa pandemi Covid-19. Salah satu pemasaran online alatnya adalah media sosial. Penelitian ini menyelidiki penggunaan media sosial terhadap kinerja pemasaran dengan inovasi kapabilitas dan kapabilitas branding sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan 200 sampel responden yang pemilik UKM yang dikumpulkan melalui kuesioner online. Kita menggunakan Partial Least Square (PLS) metode untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan kemampuan inovasi dan kemampuan branding serta membantu UKM meningkatkan kinerja pemasarannya. Penelitian ini juga membuktikan bahwa kemampuan inovasi dan kemampuan branding berhasil memediasi pengaruh hubungan antara penggunaan media sosial terhadap kinerja pemasaran.

5. Adisty Anggraini, Zuhrial M Nawawi “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kota Medan” *Volume 2 Nomor 1 (2023) 30-45E-ISSN 2829-9213DOI:10.47467/manbiz.v1i2.1791* Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh Pemanfaatan media sosial, kreativitas, dan modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Milenial di Kota Medan. Seluruh UMKM di Kota Medan dipilih menjadi

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

populasi penelitian, dan sampel yang digunakan sebanyak 73 responden. Data diuji melalui beberapa proses seperti Uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji Heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas. Untuk pengujian hipotesis, analisis Regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS Statistics 20 For Windows digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, (1) pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, (2) kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial, dan (3) modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Milenial (Anggraini, 2023).

6. Hansiadi Yuli Hartanto “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm)” Issn 2356-3966 E- Issn: 2621-2331 Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kinerja Small Management Enterprise (UKM). Kinerja Usaha Kecil meliputi kinerja keuangan dan non keuangan. Hasil penelitian ini akan digunakan oleh pemerintah dan pegiat UKM untuk mengetahui pentingnya media sosial dalam mendukung kinerja Usaha Kecil. Penelitian ini juga menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media sosial. Dengan demikian, pelatihan penggunaan media sosial dapat dirancang untuk unit usaha yang belum menggunakannya atau yang penggunaannya masih sangat terbatas. Penelitian ini dilakukan pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Model dalam penelitian ini diuji menggunakan SEM berdasarkan variannya yaitu PLS. SEM-PLS dapat bekerja secara efektif dengan ukuran sampel yang kecil dengan model yang kompleks dan dapat digunakan untuk konstruksi reflektif dan formatif. Pengujian pada PLS dilakukan pada model pengukuran dan model struktural. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa interaktivitas, efektivitas biaya, dan kompatibilitas merupakan faktor yang mendorong UKM dalam penggunaan media sosial. Dengan demikian penggunaan media sosial memiliki dampak yang menguntungkan terhadap kinerja UKM yang meliputi kinerja di bidang keuangan dan non keuangan (Hartanto, 2022).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Yulistia Devi, Nurhayati, Ghina Ulfah Saefurrohman, Rakhmat “Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Yang Efektif Dan Kualitas SDM Terhadap Tumbuh Kembang UMKM Dalam Perspektif Ekonomi Islam” Vol. 3 Nomor 2 2022: h.17-40 Usaha Mikro Kecil dan Menengah mempunyai peranan dan pengaruh yang cukup besar dalam menyokong perekonomian masyarakat dan pembangunan ekonomi nasional. Namun dalam proses berjalannya usaha masih terdapat kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Kendala tersebut antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) dan tingginya efektivitas penggunaan media sosial yang tidak sejalan dengan omzet penjualan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan data primer, melalui hasil penyebaran kuesioner dengan sampel 32 responden pelaku UMKM Sentra Keripik Gang PU. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas Sumber Daya Manusia dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap variabel Pengembangan UMKM. Lalu dalam pandangan ekonomi Islam kualitas SDM dan penggunaan media sosial dalam UMKM sentra keripik pisang Gang PU telah menerapkan prinsip ekonomi Islam namun belum dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil atau layanan, serta produktivitas barang dan jasa yang sudah sesuai dengan konsep profesionalisme (itqan), amanah, dan kejujuran (Devi, 2022).
8. Kevin dan Ida Puspitowati “Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM” Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM kuliner di Grogol dan Mangga Besar, Jakarta Barat. Desain penelitian adalah kausal dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling. Data diproses dengan menggunakan program Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM kuliner di Grogol dan Mangga Besar, Jakarta Barat (Puspitowati, 2020).

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

9. Atika Mustapa, Rizan Machmud, Djoko L Radji “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Jiksau Food” Vol 5. No 1. 2022 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian pada UMKM Jiksau Food. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel konsumen yang menggunakan media sosial pada UMKM Jiksau Food sebanyak 97 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purpose sampling. Alat analisis yang digunakan dalam menguji penelitian ini yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan uji regresi linear. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UMKM Jiksau Food yaitu dengan nilai t hitung  $7,132 >$  dari t tabel 1,660. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM Jiksau Food dapat meningkatkan keputusan pembelian menggunakan media sosial (Mustapa, 2022).

10. Moch Hari Purwiantoro, Dany Fajar Kristanto S.W., Widiyanto Hadi “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm)” Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh implementasi media sosial terhadap perkembangan usaha kecil menengah (UKM), pengaruh media sosial terhadap peningkatan pemasaran UKM, dan pengaruh media sosial terhadap peningkatan produktivitas UKM. Studi ini menggunakan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam dan observasi terhadap UKM dan media sosial yang digunakan. Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik, pengelola dan karyawan UKM yang dipilih secara purpose sampling. Studi ini menyimpulkan bahwa UKM yang diobservasi telah menggunakan media sosial dalam perusahaannya. Media sosial yang paling banyak digunakan adalah Facebook, Twitter dan Instagram (Purwiantoro, 2016).

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Uses and Gratification

Teori Uses and Gratification awal mula dilahirkan oleh tiga ilmuwan yakni

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Elly Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Fenomena awal lahirnya teori uses and gratification yakni karena ketiga ilmuwan tersebut melihat bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari adanya terpaan media. Menurut Dainton, Marianne (2018) dikatakan bahwa audiens tidak melihat pada pilihan medium yang digunakan untuk mengirim sebuah pesan namun Teori Uses and Gratification cenderung melihat mengapa audiens tersebut memilih medium yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan medium untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan Tiap-tiap individu. Oleh karena itu, sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa audiens memilih medium tersebut dan pada waktu apa medium tersebut dipilih dan digunakan menurut Mursito (2020). Permasalahan utama dalam teori uses and gratification bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayaknya. Jadi bobotnya adalah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus. (Effendy, 2003:289-290).

Teori uses and gratification ini menjelaskan tentang sifat khalayak yang aktif dalam mengonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilih pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Pemilihan media yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori uses and gratification sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## 2.2.2 Pengertian Penggunaan Media Sosial

### A. Pengertian Penggunaan Media sosial

Penggunaan media sosial mengacu pada kegiatan individu atau kelompok yang menggunakan platform digital untuk berinteraksi, bertukar konten, dan saling berpartisipasi dalam komunikasi online. Mandibergh Media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user generated contec), Menurut shirky Media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share) berkerja sama (to co-operate) melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada diluar kerangka organisasi, Meike dan Young Mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (to be shared one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan. Jika diliat secara pribadi, orang menggunakan media sosial untuk terhubung dengan teman, keluarga, berbagai momen kehidupan, melacak minat dan hobi, serta mencari hiburan dan informasi menurut Maulana (2024).

Namun jika diliat secara profesional, media sosial dapat digunakan untuk membuat merek pribadi atau bisnis, berkolaborasi dengan kolega dan mitra industri, mempromosikan produk dan layanan, serta menjaga hubungan dengan pelanggan atau konsumen. Informasi atau konten yang terdapat di media sosial dapat diciptakan oleh pemilik situs ataupun diciptakan oleh pengguna media sosial, kemudian konten tersebut dibagi ke pengguna lain dan diperkaya dengan memberikan komentar, tanggapan, dan rathing. Informasi tersebut dikirimkan dalam bentuk bentuk teks, gambar, video, dan suara (Rini, 2018).

### B. Jenis - jenis media sosial

Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2010. Menurut Kaplan dan Haenlein ada enam jenis media sosial:

#### 1. Proyek Kolaborasi

Website mengijinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

ataupun me- remove konten - konten yang ada di website ini.

contohnya wikipedia

2. Blog dan microblog.

User lebih bebas dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya twitter.

3. Konten

Para user dari pengguna website ini saling meng-share konten - konten media, baik seperti video, ebook, gambar, dan lain-lain. contohnya youtube.

4. Situs jejaring sosial

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto - foto. contoh facebook.

5. Virtual game world

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. contohnya game online.

6. Virtual social world

Dunia virtual yang dimana penggunaannya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih bebas, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya second life (Sabekti, 2019).

### **C Fungsi Media sosial**

Menurut Jan H. Kietzmann fungsi media sosial itu ibarat "sarang lebah" yang memebntuk kerangka jaringan yang terdiri dari "blok-blok" yang berhubungan satu sama lain, sebagai berikut (Liliweri, 2015):

1. Identity berfungsi merincikan bagaimana para pengguna mengungkapkan
2. identitas diri dia di tengah-tengah koneksi dengan pengguna lain.
3. Conversation berfungsi sebagai aktivitas pengguna berkomunikasi dengan pengguna lain.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

4. Sharing membantu pengguna melakukan distribusi pesan, menerima pesan dan bertukar pesan.
5. Presence berfungsi untuk menyadarkan kita tentang kehadiran para pengguna baik sebagai pribadi maupun sebagai individu dari mana pengguna berasal.
6. Relationship berfungsi menunjukkan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain.
7. Reputation berfungsi sebagai sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain termasuk menyatakan status diri mereka sendiri (Sabekti, 2019).

**D. Dampak Positif dan Negatif Media sosial**

Dampak Positif diantaranya sebagai berikut:

1. Mempererat silaturahmi. Dalam hal silaturahmi penggunaan media sosial sangat cocok berinteraksi dengan orang berjauhan tempat tinggalnya.
2. Menyediakan ruang untuk berpesan positif. Penggunaan sosial media tersebut telah banyak digunakan oleh para tokoh agama, motivator, dan juga ulama.
3. Mengakrabkan hubungan pertemanan. Media sosial akan mengakrabkan suatu pertemanan kala seseorang malu bertam di dunia nyata.
4. Menyediakan informasi yang tepat dan akurat. Informasi yang diperoleh dari media sosial baik itu informasi perguruan tinggi, beasiswa dan juga lowongan kerja.
5. Menambah wawasan dan pengetahuan. Akhir ini terdapat akun media sosial yang membagi wawasan dan juga pengetahuan yang dapat menarik wawasan juga pengetahuan praktis (Purbohastuti, 2017).

Dampak Negatif diantaranya sebagai berikut:

1. Menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu berisiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-hari.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

2. Interaksi secara tatap muka cenderung menurun karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, maka seseorang akan semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.
3. Membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet dengan kepraktisan dan kemudahan menggunakan media sosial, maka orang-orang akan semakin tergantung pada media sosial, dan pada akhirnya akan menjadi kecanduan terhadap internet.
4. Rentan terhadap pengaruh buruk orang lain seperti dikehidupan sehari-hari, jika kita tidak menyeleksi orang-orang yang berada dalam lingkaran sosial kita, maka kita akan lebih rentan terhadap pengaruh buruk.
5. Masalah privasi dengan media sosial, apapun yang kita unggah bisa dengan mudah dilihat oleh orang lain. Hal ini tentu saja dapat membocorkan masalah-masalah pribadi kita. Oleh karena itu, sebaiknya tidak mengunggah hal-hal yang bersifat privasi ke dalam media sosial.
6. Menimbulkan konflik dengan media sosial siapapun bebas mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya, akan tetapi kebebasan yang berlebihan tanpa ada control sering menimbulkan potensi konflik yang akhirnya berujung pada sebuah perpecahan (Cahyono, 2016).

**E. Indikator Penggunaan Media Sosial**

Menurut Rasyidah (2017: 63), indikator penggunaan media sosial sebagai berikut:

1. Frekuensi mengakses media sosial
2. Akun media sosial yang dimiliki
3. Kegunaan media sosial

**2.2.3 Kinerja UMKM****A. Pengertian Kinerja UMKM**

Kinerja UMKM Kinerja atau performansi merupakan hasil kerja yang dapat

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja merupakan sebuah gambaran atau kondisi mengenai pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan atau program dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi. Kinerja yang baik disemua sektor baik keuangan, produksi, distribusi, maupun pemasaran merupakan syarat mutlak bagi UMKM untuk bisa terus hidup. Dengan kinerja yang baik pula bagi UMKM diharapkan akan semakin kokoh jadi tulang punggung perekonomian dan akan semakin berperan penting dalam perekonomian Nasional. UMKM merupakan sebuah identitas yang terus menjadi perhatian dan selalu mendapat prioritas oleh pemerintah. Menurut Hasibuan (Dinar 2017:9) “Kinerja UMKM adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atas kecakapan, pengalaman, kesungguhan serta waktu.” Menurut Aribawa (2016:2) “Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang di capai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standard dari UMKM yang individu bekerja.” Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai secara keseluruhan dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama pada sebuah identitas usaha dengan kriteria aset dan omzet yang telah ditentukan dalam undang-undang (Wawan, 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang mempunyai peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi (Gamedia Blog, 2020).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Menurut Warkum Sumitro, usaha mikro kecil dan menengah adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja yang digunakan tidak melebihi dari 50 orang. Usaha skala mikro merupakan sebagian besar dari bentuk usaha mikro dan usaha kecil misalnya pedagang kaki lima, kerajinan tangan, usaha souvenir, dan sejenisnya (Alma, 2019).

UMKM adalah tumpuan perekonomian Indonesia, selain karena distribusinya yang terdapat di seluruh wilayah Indonesia, juga karena posisinya yang menjadi sentral karena banyak tenaga kerja didalamnya. Jumlah UMKM di Indonesia juga sangat banyak dan mendominasi berbagai sektor usaha. UMKM juga mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, namun dalam pengembangannya UMKM menghadapi berbagai permasalahan yaitu antara lain terbatasnya modal kerja, kapasitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi (Sudaryanto dan Hanim, 2002), (Iskandara, 2020)

### 1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kinerja UMKM

Menurut Minuzu (Suci 2019:13) terdapat dua jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

#### 1) Faktor internal terdiri dari:

- a) Aspek Sumber Daya Manusia Sumber daya manusia merupakan potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformative yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi yang terkandung di alam untuk mencapai kesejahteraan hidup. Sumber daya wirausaha berkaitan dengan manajemen sebagai pemicu proses produksi, pengusaha perlu memiliki kemampuan yang dapat di andalkan untuk mengatur dan mengkombinasikan tenaga kerja dan tugasnya yang tepat, pengusaha harus mempunyai kemampuan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengendalikan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b) **Aspek Keuangan** Aspek keuangan proses, institusi pasar dan instrument yang terlibat dalam perpindahan atau transfer uang antar individu bisnis dan pemerintah. Modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok untuk berdagang, yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.
- c) **Aspek Teknis Dan Operasional** Aspek teknis dan operasional juga dikenal sebagai aspek produksi yaitu rangkaian kegiatan yang menghasilkan nilai dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Kelengkapan kajian aspek operasi sangat tergantung jenis usaha yang akan dijalankan, karena setiap jenis usaha memiliki prioritas tersendiri. Jadi analisis aspek operasi adalah untuk menilai kesiapan perusahaan dalam menjalankan usahanya dengan menilai ketepatan lokasi, luas produksi dan layout serta alat-alat yang digunakan.
- d) **Aspek Pemasaran** Aspek pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan, serta memelihara hubungan yang memuaskan pelanggan untuk memaksimalkan keuntungan UMKM. Pasar merupakan tempat berkumpul para penjual yang menawarkan barang atau jasa kepada para pembeli yang mempunyai keinginan dan kemampuan untuk memiliki barang dan jasa tersebut sehingga terjadi kesepakatan transaksi atas kepemilikan barang. Pemasaran meliputi segmentasi, target pasar, dan posisi pasar. Segmentasi pasar adalah proses dimana sebuah produk membagi pasar yang homogeny menjadi heterogen berdasarkan kebutuhan, keinginan dan ciri-ciri konsumen (geografis seperti perkotaan dan pedesaan).

2) Faktor eksternal terdiri dari:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a) Aspek Kebijakan Pemerintah Aspek kebijakan pemerintah adalah serangkaian tindakan yang dipilih dan dialokasikan secara sah oleh pemerintah atau Negara kepada seluruh anggota masyarakat untuk memecahkan yang dihadapi guna mencapai tujuan tertentu demi kepentingan masyarakat.
- b) Aspek Sosial Budaya Dan Ekonomi Ketiga aspek non fisik ini baik secara langsung maupun tidak langsung selalu berkaitan dengan kehidupan masyarakat baik didalam kehidupan internal sehari-hari maupun eksternalnya. Dalam kehidupan internal masyarakat, ketika aspek non fisik ini berkaitan dengan perilaku masyarakat yang pada akhirnya berpengaruh dalam kegiatan sehari-hari yang tentunya berdampak pada pola ruang yang dibutuhkan dalam kegiatan tersebut.

## 2. Kelebihan Dan Kekurangan Kinerja UMKM

1) Menurut Pandji Anoraga (Oki Octavian 2019:55) kinerja UMKM memiliki beberapa kelebihan yaitu:

- a) Kinerja UMKM berpotensi menebar diseluruh pelosok dengan berbagai ragam bidang usaha. Hal ini karena UMKM timbul untuk memenuhi permintaan yang terjadi didaerah regionalnya. Jadi orientasi produksi kinerja UMKM tidak terbatas pada orientasi produknya melainkan sudah mencapai taraf konsumen.
- b) Kinerja UMKM beroperasi dengan investasi modal untuk aktiva tetap pada tingkat yang rendah. Sebagian besar modal terserap pada kebutuhan modal kerja UMKM.
- c) Sebagian besar kinerja UMKM dapat dikatakan padat karya yang disebabkan penggunaan teknologi sederhana. Presentase distribusi nilai tambah pada tenaga kerja relatif besar. Dengan demikian distribusi pendapatan bisa lebih tercapai.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2) Menurut Pandji Anoraga (Oki Octavian 2019:55) kinerja UMKM memiliki beberapa kelemahan yaitu:

- a) Manajemen Manajemen kinerja UMKM menjadi kurang baik, karena sering mencampuradukan dengan masalah rumah tangga, organisasinya tidak tertata dengan baik, tenaga ahlinya sedikit, dan pengeluaran bisnis rendah.
- b) Dana Dana kinerja UMKM menjadi kurang untuk membeli bahan baku atau produk, membeli peralatan sewa tempat, untuk promosi, melatih karyawan dari arus kas yang tidak merata merupakan kelemahan yang umumnya terdapat pada kinerja UMKM.
- c) Peraturan Pemerintah Kebijakan yang tumpang tindih dan inkonsistensi menyebabkan ketidakpastian berwirausaha serta bebas biaya. Birokrasi yang tidak efisien akibat kurangnya koordinasi antar lembaga pemerintah dan korupsi dalam setiap bentuk pelayanan public menyebabkan biaya tinggi. Semua itu menghambat orang untuk membangun dan mengembangkan usahanya.

Syarat-syarat Pengukuran Kinerja UMKM yang Berkualitas Menurut Rivai (2008:19-24) mengungkapkan beberapa syarat sebuah pengukuran kinerja UMKM dikatakan berkualitas yaitu:

- 1) Input (potensi) Input merupakan sumber daya yang digunakan untuk pelaksanaan suatu kebijakan, program, dan aktivitas lainnya. Input yang dimaksud sebagai syarat pengukuran kinerja yang berkualitas tersebut diperoleh dengan menjawab pertanyaan who (siapa), what (apa), why (mengapa), when (kapan), where (dimana), how (bagaimana) dan process (pelaksanaan).
- 2) Output (hasil) Output merupakan hasil yang dicapai dari suatu program, aktivitas dan kebijakan. Agar pengukuran kinerja

UMKM yang dilakukan berkualitas, maka syarat yang harus dipenuhi adalah mengenai output dari pengukuran kinerja itu sendiri, yaitu kejelasan penilaian dan keberhasilan pengukuran kinerja sebagai peningkat kinerja.

4. Indikator Kinerja UMKM Kinerja merujuk pada pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam waktu tertentu. Menurut Bruck Da Evens (Suci Nur Alyza 2010:13) ada empat indikator UMKM yaitu:

- 1) Pertumbuhan Keuntungan  
Pertumbuhan keuntungan dihitung dalam nominal uang (rupiah) yang semakin meningkat.
- 2) Pertumbuhan jumlah pelanggan  
Jumlah pelanggan/Konsumen Ketika menggunakan media sosial meningkat
- 3) Pertumbuhan Penjualan  
Pertumbuhan penjualan dihitung dari berapa banyak barang yang laku setiap harinya
- 4) Pertumbuhan Pemasaran  
Pertumbuhan pemasaran dapat dilihat dari tempat tinggal konsumen yang berbelanja

## B. Karakteristik UMKM

Karakteristik dari usaha mikro, kecil dan menengah adalah bersifat faktual dan melekat dalam menjalankan kegiatan usaha-nya maupun perilaku pengusaha itu sendiri. Karakteristik tersebut menjadi ciri yang membedakan antar pelaku usaha sesuai dengan skala usahanya. Bank Dunia mengelompokkan UMKM menjadi tiga jenis, yaitu:

1. Usaha Mikro yaitu usaha yang mem-pekerjakan karyawan 10 orang
2. Usaha Kecil yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan 30 orang
3. Usaha Menengah yaitu usaha yang mempekerjakan karyawan hingga

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

300 orang).

Dalam perspektif usaha menurut Bank Indonesia (2015) UMKM dibagi menjadi empat kelompok, yaitu

1. UMKM Mikro adalah para pelaku UMKM yang memiliki kemampuan sifat pengrajin termasuk didalamnya UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima yang kurang mampu mengembangkan usahanya karena mereka kurang mempunyai jiwa kewirausahaan.
2. Usaha Kecil Dinamis merupakan suatu kelompok UMKM yang mampu menjadi wirausahawan dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan subkontrak) dan ekspor.
3. Fast Moving Enterprise adalah UMKM yang cakap dan telah siap mengembangkan usahanya menjadi usaha besar karena telah mempunyai jiwa kewirausahaan

### C. Manfaat UMKM

Manfaat UMKM Penyumbang Terbesar Produk Domestic Manfaat bisnis sektor UMKM adalah meningkatnya produk yang dihasilkan oleh dalam negeri. Produk-produk yang ada tidak hanya akan merambah pasar nasional saja tapi juga produk dalam negeri bisa merambah pasar internasional. Produk lokal banyak diminati oleh banyak orang. Contohnya produk kerajinan. Produk kerajinan dari Indonesia juga banyak yang terkenal sampai diluar negeri. Terbukanya Lapangan Pekerjaan Tidak dapat disangkal lagi bahwa sektor UMKM secara tidak langsung membuka peluang bagi orang-orang untuk mendapatkan pekerjaan. Hal ini bisa membantu pemerintah mengurangi jumlah angka pengangguran yang ada. Solusi Masyarakat Kelas Menengah Modal yang diperlukan untuk membuka usaha dalam sektor UKM ini tidaklah susah. Bisa dikatakan mudah. Banyak sudah lembaga pemerintah yang membantu untuk memberikan bantuan dana modal dengan jumlah nilai kredit yang kecil. Saat ini bank juga memberikan jaminan pinjaman modal dengan nilai perkreditan yang kecil (Alfarisi, 2022).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## 2.3 Konsep Operasional

Konsep Operasional adalah konsep yang membatasi kerangka-kerangka teori, hal ini sangat diperlukan agar tidak terjadinya kesalahpahaman dan pengertian dalam memahami kajian ini. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya pada penelitian ini, poin utama pada penelitian ini adalah Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Desa Teluk kenidai Kab. Kampar.

### A. Variabel Bebas (X) Penggunaan media sosial

Menurut Andreas M.Kaplan (2010) media sosial merupakan sebuah aplikasi yang berbasis internet yang di dirikan dengan dasat ideology Web 2.0 yang memungkinkan penggunanya dapat menciptakan dan bertukar dari User Generated Content. Menurut (Dailey, 2009) Media sosial adalah sebuah konten yang proses pembuatannya menggunakan teknologi penerbitan yang dapat diakses dengan mudah dan terukur.

Dari berbagai definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah sebuah jejaring di internet yang memungkinkan pengguna mengapresiasi dirinya maupun bersosialisasi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial atau suatu alat perantara yang digunakan untuk berinteraksi dan berkomunikasi antara seseorang dengan orang lain yang banyak memberikan kontribusi atau manfaat bagi masyarakat (Rafiq,2020).

ada beberapa indikator penggunaan media sosial sebagai berikut:

- a. Durasi adalah diukur lamanya seseorang dalam satu kali menggunakan media sosial.
  - > 60 Menit
  - 50 - 60 Menit
  - 40 – 50 Menit
  - 30 – 40 Menit
  - 30 Menit
- b. Frekuensi diukur dari seberapa seringnya seseorang menggunakan media sosial dalam sehari
  - 10 kali per hari
  - 8 – 10 kali per hari
  - 6 – 8 kali per hari

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 4-6 kali per hari

- 4 kali per hari

c. Atensi diukur dari 3 cara yaitu,

Akses media sosial, seperti whatsapp, Instagram, youtube, facebook, twitter, dan lain lain

Orientasi media, seperti informasi, Pendidikan, hiburan, ekspresi, transaksi

Kontrol media, mendiskusikan isi media dilihat dengan bagaimana

### B. Variabel Terikat (Y) Kinerja UMKM

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut didalam UMKM pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standar dari UMKM yang individu bekerja (Aribawa,2016). Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi (Gamedia Blog, 2020).

Menurut Bruck Da Evens (Suci Nur Alyza 2010:13) ada empat indikator UMKM yaitu:

1) Pertumbuhan Keuntungan

Pertumbuhan keuntungan dihitung dalam nominal uang (rupiah) yang semakin meningkat.

2) Pertumbuhan jumlah pelanggan

Jumlah pelanggan/Konsumen Ketika menggunakan media sosial meningkat

3) Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan dihitung dari berapa banyak barang yang laku setiap harinya

4) Penambahan Tenaga kerja

Penambahan tenaga kerja yang dikarenakan banyaknya penjualan dan mengakibatkan kurangnya tenaga kerja

Variabel	Indikator	Instrumen
Variabel (X) Penggunaan media sosial	Durasi	Jumlah waktu penggunaan media sosial dalam satu kali penggunaan
	Frekuensi	Seberapa sering menggunakan media sosial dalam satu hari
	Atensi	-Akses media (Whatsapp, instagram, facebook, youtube, telegram) -Orientasi media (informasi, edukasi, hiburan, promosi, transaksi) -Kontrol media (diskusi Bersama keluarga, diskusi Bersama rekan bisnis)
Variabel(Y) KINERJA UMKM	Pertumbuhan Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan dihitung dalam nominal uang (rupiah) yang semakin meningkat.
	Pertumbuhan jumlah pelanggan	Jumlah pelanggan/Konsumen Ketika menggunakan media sosial meningkat
	Pertumbuhan penjualan	Pertumbuhan penjualan dihitung dari berapa banyak barang yang laku setiap harinya

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

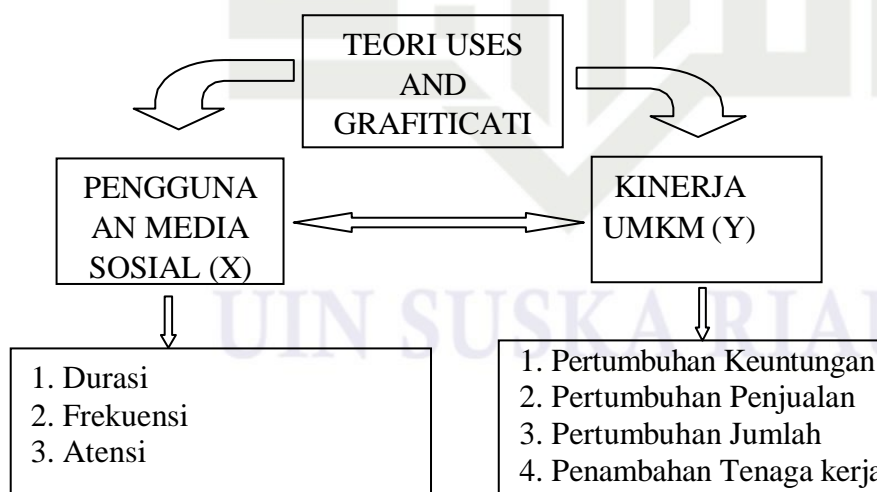
	Penambahan Tenaga kerja	Penambahan tenaga kerja bisa dilihat dari setiap penjualan yang bertambah banyak
--	-------------------------	--

**2.4 Kerangka Pemikiran**

Kerangka berpikir merupakan “konseptual mengenai bagaimana suatu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Seiring dengan perkembangan zaman modern dengan teknologi yang semakin maju pada era globalisasi seperti perkembangan berbagai macam aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet menurut Maulana (2024). Dalam sebuah aplikasi tentunya memiliki dampak, baik positif maupun negatif. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui dampak positif dan negatife media sosial terhadap kinerja UMKM di desa Teluk kenidai kab.Kampar. Selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan variable tersebut.

Adapun kerangka pemikiran penulis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2.5 Hipotesis

Menurut Dantes (2012) hipotesis yakni merupakan praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan melalui penelitian. Menurut Sugiyono (2009) Hipotesis yakni adalah jawaban yang masih bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis maka dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan pendekatan kuantitatif.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini diantaranya:

- a. Ha: Ada pengaruh Penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di desa Teluk Kenidai kab.Kampar
- b. Ho: Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di desa Teluk Kenidai kab.Kampar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana penelitian yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memperoleh jawaban terhadap pertanyaan penelitian. Desain penelitian mengacu pada jenis atau macam penelitian yang dipilih untuk mencapai tujuan tersebut (Setiadi, 2007:127). Desain penelitian merupakan bentuk rancangan yang digunakan dalam melakukan prosedur penelitian (A. Aziz Alimul Hidayat, 2008 :25).

Model dari penelitian ini ialah penelitian kuantitatif. Penelitian yang menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada. Jadi, penelitiannya cenderung objektif dan tidak mendalam.

#### 3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di desa Teluk Kenidai Kab.Kampar, dan penelitian ini akan dilakukan sesudah penulis menyelesaikan seminar proposal sampai selesai.

#### 3.3 Populasi Dan Sampel

##### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Namun jika dilihat dari segi kompleksnya Pengertian populasi yang lebih kompleks adalah bahwa populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu (Garancang, 2023).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Tabel 3. 1 Jumlah UMKM di Desa Teluk Kenidai Kabupaten Kampar**

Jenis UMKM	Jumlah UMKM
Kuliner	50
Fashion	22
Otomotif	16
Klontong	20
Lain-lainnya	17
Total UMKM	125

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (Sugiyono, 2013) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengambilan sampel yang digunakan yaitu Sampling Insidental/Accidental Sampling. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil berjumlah 40 responden dari 125 Populasi. Menurut Sugiyono, (2016;124) Sampling Insidental / Accidental Sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan 2 teknik antara lain sebagai berikut:

1. Observasi (observation) merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki bentuk spesifik jika dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung pada objek penelitian. Pada penelitian ini peneliti akan melakukan observasi pada UMKM yang ada di Desa Teluk Kenidai kabupaten Kampar.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Kuesioner (Questionnaire) Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Azzahra (2021). Pada penelitian ini kuesioner akan diberikan kepada UMKM yang ada di Desa Teluk Kenidai kabupaten Kampar sebagai responden. Berikut nilai bobot yang ditentukan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Bobot Nilai Angket**

Pernyataan	Bobot
Sangat Sering (SS)	5
Cukup Sering (CS)	4
Sering (S)	3
Tidak Sering (TS)	2
Sangat Tidak Sering (STS)	1

Menurut Sugiyono (2017) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian dan Dengan dokumentasi, peneliti dapat menggunakan sumber-sumber yang telah ada untuk mendukung hipotesis peneliti tersebut.

### 3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 3.5.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017: 125) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Pengertian validitas tersebut

menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel (Janna, 2021).

Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien validitas. Untuk menguji validitas menggunakan korelasi product moment (indeks validitas) yang dinyatakan oleh Barker et al. (2002:70) yaitu butir pernyataan dinyatakan valid apabila koefisien korelasi butir pernyataan  $\geq 0,30$ . Pengujian tersebut menggunakan rumus korelasi pearson product Moment sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{n \{ \sum x^2 - (\sum x)^2 \} \{ \sum y^2 - (\sum y)^2 \}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi
- $n$  = Banyaknya sampel
- $\sum XY$  = Jumlah perkalian variabel  $x$  dan  $y$
- $\sum X$  = Jumlah nilai variabel  $x$
- $\sum Y$  = Jumlah nilai variabel  $y$
- $\sum X^2$  = Jumlah pangkat dari nilai variabel  $x$
- $\sum Y^2$  = Jumlah pangkat dari nilai variabel  $y$

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25.0 for windows dengan kriteria berikut:

- a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ table}$  (pada taraf sig. 0, 05) maka instrument dinyatakan valid
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ table}$  (pada taraf sig. 0, 05) maka instrument dinyatakan tidak valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

### 3.5.2 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Amanda, 2019).

Reliabilitas adalah ketepatan atau keajegan suatu alat ukur yang digunakan, di mana akan selalu didapatkan hasil yang sama setiap alat ukur tersebut digunakan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Menurut Ghozali dalam (Riyanto & Hatmawan, 2020), uji reliabilitas dilihat dari nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), di mana suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0,60 dan untuk menghitungnya dapat menggunakan rumus berikut:

$$S = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Kemudian menghitung nilai Cronbach Alpha, dengan rumus:

$$r = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

- |                   |  |
|-------------------|--|
| r                 | = Reliabilitas instrumen                 |
| $\sigma^2$        | = Varian total                           |
| k                 | = Banyak butir pertanyaan atau bank soal |
| $\sum \sigma b^2$ | = Jumlah varians butir                   |

Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha dengan tingkat/ taraf signifikan yang digunakan. Tingkat/ taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6, hingga 0,7

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika nilai Cronbach's alpha > tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan reliabel.
- Jika nilai Cronbach's alpha < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Darma, 2021).

### 3.6 Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif Kuantitatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Maksud dari metode analisis deskriptif adalah dengan memberikan gambaran data penelitian sehingga dapat menjelaskan fenomena suatu variabel. Kegiatan analisis dengan metode ini dimulai dari menghimpun, menyusun, mengolah, dan menyajikan data berupa angka untuk memberikan gambaran suatu peristiwa atau keadaan (Sari 2021).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung distribusi frekuensi, yang akan menggambarkan banyaknya suatu respon dari nilai tertentu beserta persentasenya.

Nilai persentase dihitung dengan rumus (Bungin 2017) :

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

P = Presentase

F = Frekuensi (banyaknya)

N = Sampel

Data yang telah dipersentasekan kemudian direkapitulasi dan diberi kriteria sebagai berikut :

- a. 81% - 100% dikategorikan sangat baik
- b. 61% - 80% dikategorikan baik
- c. 41% - 60% dikategorikan cukup
- d. 21% - 40% dikategorikan kurang baik
- e. 0% - 20% dikategorikan tidak baik

#### 3.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data dalam suatu sampel mengikuti distribusi normal (distribusi Gaussian) atau tidak. Distribusi normal adalah salah satu distribusi probabilitas yang paling umum dan penting dalam statistika, sehingga mengetahui apakah data memenuhi



skala interval ataupun rasio. Adapun Rumus regresi Linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y: a + bX$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel tidak bebas atau Variabel terikat

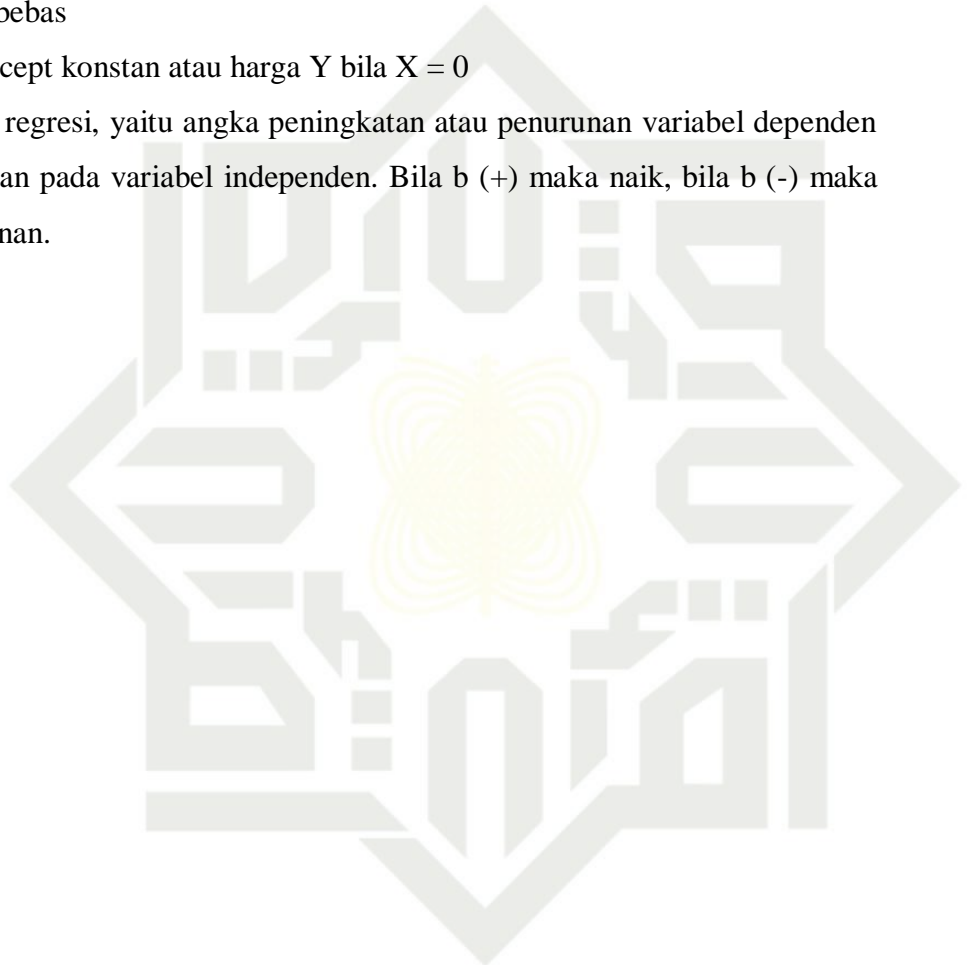
$X$  = Variabel bebas

$a$  = Nilai Intercept konstan atau harga  $Y$  bila  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila  $b (+)$  maka naik, bila  $b (-)$  maka terjadi penurunan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



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

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM

#### 1. Perkembangan UMKM di Indonesia

Saat ini perkembangan UMKM di Indonesia terbilang cukup besar. Seperti yang sudah disebutkan bahwa UMKM menjadi penyumbang PDB terbesar serta yang membuka lowongan pekerjaan paling banyak. Data yang diambil dari kementerian koperasi dan UMKM mengatakan bahwa, ada lebih dari 19 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini yang sedang berjalan di Indonesia yang sudah berjalan secara digital per bulan Mei 2022.

Dari situ sudah dapat dibuktikan, makin banyak para pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis nya. Data yang dihimpun sejak tahun 2009 hingga 2017 total sudah ada 62 juta, dan hingga 2022, sudah ada lebih dari 65 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah saat ini di Indonesia.

#### 2. Peran umkm dan fungsi umkm

sebagaimana yang disebutkan sebelumnya, UMKM adalah ujung tombak dari pertumbuhan perekonomian nasional. Artinya, keberadaan UMKM menjadi sangat penting bagi suatu negara. Tak heran jika kemudian di Indonesia, UMKM juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dalam Undang-Undang tersebut, pengertian UMKM adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh Undang-Undang. Sebagai ujung tombak perekonomian, UMKM mempunyai sejumlah fungsi dan peran penting bagi negara.

Adapun fungsi dan peran dari UMKM adalah sebagai berikut.

1. Penyediaan barang dan jasa.
2. Pemerataan pendapatan.
3. Penyerapan tenaga kerja.
4. Peningkatan taraf hidup masyarakat.

5. Sebagai nilai tambah bagi produk daerah.

### 3. Jenis UMKM

Secara umum, UMKM dibagi menjadi tiga jenis, yaitu usaha mikro, kecil, dan menengah.

- Usaha Mikro

Usaha mikro adalah kategori terkecil dari UMKM. Banyak juga yang menganggap jenis ini sebagai bisnis rumahan yang dijalankan oleh perorangan atau rumah tangga. Pada usaha mikro, aset berupa bangunan tempat usaha tidak termasuk dalam perhitungan. Jika berdasarkan pendapatan, usaha mikro memiliki omzet tahunan paling banyak Rp300 juta, dengan aset sampai dengan Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Adapun contoh usaha mikro antara lain toko kelontong dan pedagang makanan. Selain itu perlu diketahui bahwa usaha mikro seringkali menjalankan usahanya sendiri atau dibantu oleh orang-orang terdekatnya. Berdasarkan pekerjaan, mereka tidak akan lebih dari lima karyawan.

- Usaha Kecil

UMKM jenis ini memiliki omzet antara Rp300.000.000 sampai dengan Rp500.000.000 dengan total penjualan tahunan hingga Rp2 miliar. Usaha yang tergolong usaha kecil ini antara lain seperti bengkel sepeda motor, bengkel fotocopy, minimarket, dan usaha catering. Besar kemungkinan usaha ini dijalankan oleh perorangan dengan modal yang cukup besar. Namun, ada juga usaha kecil yang dijalankan oleh badan usaha yang berisikan sejumlah orang.

- Perusahaan Menengah

Usaha menengah merupakan jenis usaha terbesar di UMKM. Bisnis yang tergolong usaha menengah tentu saja memiliki tingkat perputaran yang lebih tinggi, namun tidak dapat dikategorikan sebagai usaha besar. Mereka memiliki omzet tahunan antara Rp500 juta hingga Rp10 miliar. Selanjutnya, karakteristik usaha menengah dapat dilihat dari pengelolaan keuangannya.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mereka mempekerjakan profesional di bidang keuangan dan memegang izin usaha. Adapun yang menjadi contoh usaha menengah adalah industri makanan kemasan, pabrik roti, dan toko perangkat keras. Bisnis ini juga mempekerjakan lebih banyak karyawan.

Saat ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran yang besar sebagai upaya peningkatan pembangunan ekonomi di Indonesia. Dimana kelas menengah baru sedang meningkat, dan teknologi digital telah meningkatkan peluang untuk memulai bisnis.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 KESIMPULAN

Hasil perhitungan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 14,543 dan nilai koefisien regresi (b) adalah 0,805. Dengan demikian, persamaan regresinya adalah  $Y = 14,543 + 0,805 X$ . Uji koefisien determinasi menghasilkan R Square sebesar 0.752 atau 75,2%, menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial (X) berpengaruh sebesar 75,2% terhadap kinerja UMKM di desa Teluk Kenidai, sementara itu 24,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar lingkup penelitian ini.

Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Penggunaan media sosial dan Kinerja UMKM berdasarkan Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai thitung (10,722) lebih besar dari t tabel (1,686) dengan nilai sigifikansi  $0,001 < 0,05$ . Dapat diambil kesimpulan bahwa Penggunaan Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM karena nilai thitung  $>$  t tabel dan nilai Signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga ( $H_0$ ) ditolak dan ( $H_a$ ) diterima.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**6.2 SARAN**

Sebagai Langkah terakhir dalam proses penelitian ini, maka peneliti mencoba memeberikan beberapa saran, tentunya sesuai kemampuan peneliti saat ini maka ada beberapa point yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya bagi UMKM untuk mengadopsi strategi pemasaran berbasis media sosial. Dengan pendekatan yang tepat, UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai pendorong inovasi dan daya saing di pasar yang semakin luas. Oleh karena itu, disarankan agar UMKM terus meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam penggunaan media sosial untuk mencapai kinerja yang lebih baik dan berkelanjutan.
2. Kepada UMKM kabupaten Kampar agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial, agar bisa membantu untuk meningkatkan kinerja usaha mereka masing-masing.
3. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya, diperlukan pengujian dengan jumlah sampel yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada lingkup Kecamatan saja, tetapi dapat dilakukan pada lingkup Kabupaten bahkan Provinsi untuk memperoleh hasil yang lebih baik

## DAFTAR PUSTAKA

Abbas, D. (2018). PENGARUH MODAL USAHA, ORIENTASI PASAR, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA UKM KOTA MAKASSAR. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 95–111. <http://journal.uin-alaududin.ac.id/index.php/minds>

Adawiyah, Q., & Veri, J. (2024). Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha Menggunakan Metode Systematic Literature Review. *Digital Transformation Technology*, 4(1), 348–354. <https://doi.org/10.47709/digitech.v4i1.4095>

Adisty Anggraini, & Zuhri M Nawawi. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. *Journal of Management and Business*, 2(1), 30–45. [https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Anggraini%2C+A+dan+Zuhri+M+Nawawi+%282023%29+meneliti+pengaruh+pemanfaatan+media+sosial%2C+kreativitas+dan+modal+usaha+terhadap+keberlanjutan+bisnis+UMKM+Milenial+di+Kota+Medan.&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Anggraini%2C+A+dan+Zuhri+M+Nawawi+%282023%29+meneliti+pengaruh+pemanfaatan+media+sosial%2C+kreativitas+dan+modal+usaha+terhadap+keberlanjutan+bisnis+UMKM+Milenial+di+Kota+Medan.&btnG=)

Al Harist, Mq., & Permatalani, O. (2024). PERGESERAN NILAI-NILAI BUDAYA DALAM KOMUNIKASI PADA REMAJA JORONG MUNGKA TENGAH MENGGUNAKAN APLIKASI TIKTOK. *jurnal komunikasi dan penyiaran*, 3(1), 99–118. <https://ojs.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/kinema/index>

Anggarda Adhitama, N., Mahsunah, L., Laili, N., Putri Anggrieana, N., Nur Fadila, I., & Kustiningsih, N. (2021). *PENGEMBANGAN KEMAMPUAN PROFESIONALITAS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM CV. RUMAH MATAHARI PAGI*. Naufal.

Anggraeni, M., & Sanaji, S. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA PEMASARAN SELAMA PANDEMI COVID-19 DENGAN MEDIASI KEMAMPUAN INOVASI DAN KEMAMPUAN BRANDING (STUDI PADA PELAKU UMKM YANG MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9, Issue 2).

Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>

Basri Bado, Muhammad Hasan, & Andika Isma. (2023). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial* (Vol. 7). UNM.

D. Yadi Heryadi, Dhiana Ekowati, & Dhety Chusumastuti. (2023). *Pengaruh Kehadiran Media Sosial, Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM di Jawa Barat* (Vol. 5, Issue 1). <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>

Dwi Inkasari, A., Rahmatillah Widodo, F., & Setyarahajoe, R. (2024). Dampak Media Sosial Twitter Akun @FiersaBesari pada Gaya Komunikasi Remaja. *KINESIK*, 11(2), 172–189. <https://doi.org/10.22487/ejk.v11i2.1377>

- Engelita Wakas, J., & Barten Natalia Wulage, M. (2021). *ANALISIS TEORI USES AND GRATIFICATION: MOTIF MENONTON KONTEN FIRMAN TUHAN INFLUENCER KRISTEN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK*. <https://vt.tiktok.com/ZSJVqaok6/>
- Heryanti, A. H., Pasca Arnu, A., Singaperbangsa, U., & Abstract, K. (2024). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di Kecamatan Telagasari (Studi Pada Industri Rumah Tangga). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(11), 14–22. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12176560>
- Hsu, Y. L. (2012). Facebook as international eMarketing strategy of Taiwan hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.11.005>
- Irfan, M., Nursiah, S., Rahayu, A. N., Guru, P., Dasar, S., Pendidikan, I., & Makassar, U. N. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial (Medsos) Secara Positif Terhadap Motivasi Belajar Siswa SD Negeri Perumnas Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *Jurnal Publikasi Pendidikan*, 9(3), 262–272. <http://ojs.unm.ac.id/index.php/pubpend>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Kevin, & Puspitowati, I. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM*. [https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as\\_sdt=0%2C5&q=Kevin+dan+Ida+Puspitowati+%E2%80%9CPengaruh+Penggunaan+Media+Sosial+dan+Orientasi+Kewirausahaan+terhadap+Kinerja+UMKM%E2%80%9D+%282020%29&btnG=](https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Kevin+dan+Ida+Puspitowati+%E2%80%9CPengaruh+Penggunaan+Media+Sosial+dan+Orientasi+Kewirausahaan+terhadap+Kinerja+UMKM%E2%80%9D+%282020%29&btnG=)
- Khairuni, N. (2016). *DAMPAK POSITIF DAN NEGATIF SOSIAL MEDIA TERHADAP PENDIDIKAN AKHLAK ANAK (Studi Kasus di SMP Negeri 2 Kelas VIII Banda Aceh)*.
- Lusiana Rahmawati, & Maharani Ikaningtyas. (2023). Penerapan Digital Marketing Untuk Mendukung UMKM Segigit Snack Di Kebumen. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 63–71. <https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v1i3.310>
- Malikhah, I., Pratama Nst, A., & Sari, Y. (2024). *Implementasi Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM*. 7(2). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21773>
- Maria Nila Anggia, & Muhammad Rifki Shihab. (2019). STRATEGI MEDIA SOSIAL UNTUK PENGEMBANGAN UMKM. *Jurnal Terapan Teknologi Informasi*, 2(2), 159–170. <https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>
- Mustapa, A., Machmud, R., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food. *JAMBURA*, 5, 264–270. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Mardinawati, Budhi Adhiani C, Sumanto, Teguh Budi Santosa, & Maharani Rona Makom. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL BAGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *JURNAL AKTUAL*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

AKUNTANSI BISNIS TERAPAN, 6(1), 58–70.

Permatasari, D. (2018). Hubungan Penggunaan Fitur Insta Story Sebagai Media Promosi Dengan Minat Beli Produk Wellborn. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 3(2), 113–121. <https://doi.org/10.33376/ik.v3i2.212>

Pratiwi, A., Azzahra, Junaida, Dini Wulan Febriana, R., Anggraini, S., Sandari, W., & Riofita, H. (2023). ANALISIS PERAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN HANDBODY NIVEA (STUDI KASUS PADA ISTANA COSMETICS KOTA PEKANBARU). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(5), 355–362. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca>

Romdonny, J., & Lucky, M. N. R. (2018). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK ORGANISASI BISNIS. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/379/259>

Sari, I. P., Arisandi, D., Setiawan, D., Trisnawati, L., & Elvitaria, L. (2021). Pemanfaatan Teknologi Media Sosial sebagai Pendukung Usaha Ibu PKK Desa Teluk Kenidai Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 273–279. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.260>

Sonata Christian. (2015). MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA LOKAL INDONESIA MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN 2015. *seminar dan cakk for paper forum manajemen indoonesia (FMI)*.

Sudirman, Andi Sadapotto, & Andi Asrifan. (2023). PENGARUH JUMLAH TENAGA KERJA, MODAL KERJA TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA. *Research Gate*, 1–14. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22549.60648>

Sumelung, V., Kundre, R., & Karundeng, M. (2014). FAKTOR-FAKTOR YANG BERPERAN MENINGKATNYA ANGKA KEJADIAN SECTIO CAESAREA DI RUMAH SAKIT UMUM DAERAH LIUN KENDAGE TAHUNA (Vol. 2).

Timmons, J. A. ., & Spinelli, Stephen. (2009). *New venture creation : entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill/Irwin.

Widianingsih, R., Suparlinah, I., Sunarmo, A., & Mustafa, R. M. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN DAN INTELECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA UKM DI KABUPATEN BANYUMAS (Vol. 2, Issue 1). <https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jras/article/view/9593>

Yuli Hartanto, H. (2022). ANALISIS PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). 9, 323–334.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi undang-undang. Ditulis oleh Staf Sarung Rias dan Staf of Institut Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## LAMPIRAN

### KUISIONER PENELITIAN

Responden Yth,

Perkenalkan saya M. Taufik ramadhani, Mahasiswa tingkat akhir jurusan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dengan topik “Pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM lokal didesa Teluk Kenidai kabupaten Kampar”. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan tugas akhir. Oleh karena itu, saya meminta bantuan anda kepada UMKM yang menggunakan Media sosial untuk meluangkan waktu 5- 10 menit untuk mengisi kuesioner ini.

Mohon untuk mengisi dengan jujur karena tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini. Data yang diperoleh tidak akan disalahgunakan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner ini. Terima kasih.

Salam Hormat,  
Peneliti

UIN SUSKA RIAU

M. taufik ramadhani



Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Sumber Rezeky

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	54.000.000	100	300	3
2	2020	43.000.000	85	270	2
3	2021	57.500.000	120	350	3
4	2022	67.500.000	150	400	3
5	2023	85.000.000	170	450	4

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Tb Tiga Serangkai

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	55.000.000	200	800	3
2	2020	45.500.000	215	840	4
3	2021	65.000.000	250	900	4
4	2022	75.000.000	300	1000	5
5	2023	84.000.000	400	1200	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Harian Rezky

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	70.000.000	100	400	1
2	2020	60.000.000	110	370	2
3	2021	75.000.000	120	450	2
4	2022	85.000.000	150	500	2
5	2023	95.000.000	170	600	3

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Bahan Bangunan Amanah

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	100.000.000	220	300	2
2	2020	90.000.000	245	280	2
3	2021	98.000.000	260	320	3
4	2022	107.000.000	320	360	3
5	2023	115.000.000	430	400	4

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Sembako Ibu

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	55.000.000	100	500	1
2	2020	45.000.000	110	450	1
3	2021	58.000.000	120	520	2
4	2022	65.000.000	150	590	3
5	2023	70.000.000	170	640	3

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



**Data Pertumbuhan UMKM**  
Nama UMKM: Toko Baroka

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	48.000.000	120	320	2
2	2020	40.000.000	145	290	2
3	2021	50.000.000	175	330	2
4	2022	55.000.000	190	380	3
5	2023	60.000.000	210	430	4

**Data Pertumbuhan UMKM**  
Nama UMKM: Perabot Onga Bersaudara

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	110.000.000	100	240	4
2	2020	95.000.000	115	200	4
3	2021	113.000.000	125	240	5
4	2022	120.000.000	160	285	6
5	2023	125.000.000	180	325	7

**Data Pertumbuhan UMKM**  
Nama UMKM: Tomo Depot Air Minum

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	10.000.000	300	300	1
2	2020	8.500.000	340	260	1
3	2021	11.000.000	360	315	2
4	2022	11.800.000	395	345	2
5	2023	12.500.000	410	375	2

**Data Pertumbuhan UMKM**  
Nama UMKM: Tb Muda-Mudi Sejahtera

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	120.000.000	220	250	2
2	2020	100.000.000	245	230	3
3	2021	125.000.000	260	255	3
4	2022	133.000.000	320	280	4
5	2023	140.000.000	430	305	4

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Sembako Makmur

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	60.000.000	305	500	1
2	2020	55.000.000	380	450	1
3	2021	62.000.000	450	520	2
4	2022	69.000.000	490	590	2
5	2023	74.000.000	500	640	3

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Pedagang Perkakas Rumah Tangga

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	30.000.000	85	205	3
2	2020	25.000.000	105	190	3
3	2021	31.000.000	120	210	3
4	2022	35.000.000	150	245	4
5	2023	38.000.000	170	275	4

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Pertanian Tani Kita

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	90.000.000	140	150	3
2	2020	84.000.000	170	180	3
3	2021	100.000.000	230	235	4
4	2022	110.000.000	280	295	4
5	2023	120.000.000	320	325	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko harian restu

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	45.000.000	350	365	2
2	2020	40.000.000	400	380	2
3	2021	48.000.000	490	420	3
4	2022	55.000.000	530	460	4
5	2023	59.000.000	585	500	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Arche Ponsel

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	88.000.000	200	185	1
2	2020	79.000.000	240	205	1
3	2021	90.000.000	285	247	2
4	2022	95.000.000	320	289	2
5	2023	103.000.000	385	305	2

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Toko Sony

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	110.000.000	230	250	2
2	2020	95.000.000	250	272	2
3	2021	115.000.000	280	304	2
4	2022	121.000.000	310	339	3
5	2023	127.000.000	340	372	3

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Berkah Aluminium

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	85.500.000	70	105	2
2	2020	79.900.000	65	93	2
3	2021	84.000.000	75	112	3
4	2022	89.000.000	85	126	3
5	2023	95.000.000	104	139	4

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Pangkalan gas aura

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	55.500.000	310	325	3
2	2020	50.000.000	300	305	4
3	2021	54.500.000	390	385	4
4	2022	60.000.000	485	452	5
5	2023	68.000.000	510	519	5

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Miko Cell

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	68.000.000	230	238	2
2	2020	59.600.000	215	221	2
3	2021	65.000.000	285	295	2
4	2022	72.000.000	320	326	3
5	2023	77.000.000	385	396	3

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



Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Toko sembako 2 putra

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	65.000.000	230	283	3
2	2020	61.400.000	220	270	3
3	2021	66.500.000	280	326	4
4	2022	70.000.000	310	352	5
5	2023	74.500.000	340	371	5

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Toko Usaha Tani Raya

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	104.000.000	140	152	2
2	2020	97.000.000	140	145	2
3	2021	101.500.000	230	176	3
4	2022	105.000.000	280	198	4
5	2023	108.500.000	320	225	5

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Usaha Shafa Floris

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	35.000.000	85	87	1
2	2020	30.500.000	70	76	1
3	2021	34.000.000	135	140	1
4	2022	38.000.000	175	180	2
5	2023	40.500.000	200	205	2

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Toko bangunan serda

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	91.000.000	220	225	2
2	2020	85.400.000	200	204	3
3	2021	91.500.000	260	267	4
4	2022	97.000.000	320	330	4
5	2023	115.000.000	430	440	5

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Yes Mart

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	88.500.000	350	360	4
2	2020	80.300.000	320	330	4
3	2021	89.000.000	450	455	5
4	2022	93.000.000	500	503	6
5	2023	97.000.000	560	569	6

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Bintang Terang

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	105.000.000	305	308	3
2	2020	94.000.000	290	294	3
3	2021	99.000.000	340	350	4
4	2022	106.000.000	385	390	5
5	2023	112.000.000	420	430	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Sembako Linda

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	112.000.000	260	265	3
2	2020	99.000.000	240	250	3
3	2021	113.000.000	300	304	3
4	2022	119.000.000	320	332	4
5	2023	125.000.000	360	375	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Depot Air Minum Isi Ulang SultanS

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	29.000.000	240	249	3
2	2020	25.000.000	280	284	3
3	2021	31.500.000	340	350	3
4	2022	36.000.000	420	430	3
5	2023	39.500.000	500	502	4

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Sembako Elda

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	120.000.000	315	319	1
2	2020	112.000.000	340	350	2
3	2021	123.000.000	400	402	2
4	2022	129.500.000	455	460	3
5	2023	134.800.000	495	500	4

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Sembako Anr Grosir Dan Ecer

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	114.000.000	310	314	1
2	2020	108.000.000	330	345	2
3	2021	116.200.000	370	385	2
4	2022	125.000.000	425	430	3
5	2023	136.900.000	470	476	4

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Perabot Hasrat Bersama

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	99.000.000	80	84	3
2	2020	90.000.000	65	70	3
3	2021	97.000.000	80	81	4
4	2022	111.000.000	90	88	5
5	2023	116.000.000	100	95	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Berlian Jaya

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	128.000.000	260	250	3
2	2020	100.000.000	220	205	4
3	2021	129.000.000	255	247	4
4	2022	136.000.000	270	289	5
5	2023	140.000.000	295	314	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko Hjs Jaya Baru

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	102.000.000	120	345	3
2	2020	94.000.000	105	320	3
3	2021	106.000.000	130	380	4
4	2022	115.000.000	140	425	4
5	2023	121.500.000	150	478	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko waserda Nova

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	113.000.000	115	205	4
2	2020	105.000.000	100	180	4
3	2021	117.000.000	120	220	5
4	2022	121.500.000	145	250	5
5	2023	126.100.000	160	275	5

Data Pertumbuhan UMKM  
 Nama UMKM: Toko bangunan santo

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	95.000.000	110	120	3
2	2020	83.000.000	100	100	3
3	2021	97.000.000	125	150	3
4	2022	102.000.000	150	185	4
5	2023	110.000.000	180	230	5

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



Data Pertumbuhan UMKM

Nama UMKM: Alat Alat Tani Dan Pupuk

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	85.000.000	80	115	3
2	2020	70.000.000	65	100	3
3	2021	87.000.000	90	130	4
4	2022	92.000.000	100	155	4
5	2023	102.000.000	110	170	5

Data Pertumbuhan UMKM

Nama UMKM: Pedagang Perkakas Rumah Tangga

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	89.000.000	75	110	3
2	2020	76.000.000	65	90	3
3	2021	90.000.000	80	125	3
4	2022	94.000.000	90	150	4
5	2023	98.500.000	100	185	4

Data Pertumbuhan UMKM

Nama UMKM: Toko Sembako Makmur

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	96.500.000	200	305	2
2	2020	90.000.000	185	290	2
3	2021	105.500.000	210	345	3
4	2022	113.000.000	240	390	4
5	2023	118.500.000	260	445	4

Data Pertumbuhan UMKM

Nama UMKM: Tb Muda-Mudi Sejahtera

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	105.000.000	110	115	1
2	2020	93.000.000	100	100	2
3	2021	107.000.000	125	145	2
4	2022	113.500.000	150	195	3
5	2023	120.000.000	180	225	4

Data Pertumbuhan UMKM

Nama UMKM: Selamat Jaya Perabot

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	105.000.000	80	95	3
2	2020	96.000.000	65	75	3
3	2021	106.500.000	90	115	4
4	2022	110.000.000	100	135	4
5	2023	116.500.000	110	175	5

1. Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacaukan dan menyalahgunakan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data Pertumbuhan UMKM  
Nama UMKM: Master Elektronik Kampar

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	96.500.000	75	80	3
2	2020	89.000.000	60	70	3
3	2021	98.500.000	95	90	4
4	2022	104.500.000	100	98	4
5	2023	110.000.000	115	120	5

Data Pertumbuhan UMKMTS  
Nama UMKM: Toko klontong Restu Ibu

No	Keuntungan	Pertumbuhan keuntungan	Jumlah pelanggan	Pertumbuhan penjualan	Tenaga Kerja
1	2019	95.000.000	310	320	1
2	2020	90.000.000	330	350	2
3	2021	102.000.000	370	380	2
4	2022	108.500.000	425	425	2
5	2023	113.000.000	470	475	3

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## ANGKET INSTRUMEN PENELITIAN

### Identitas Responden

1. Nama

2. Usia

3. Jenis kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan

4. Jenis UMKM

a. Kuliner

b. Fashion

c. Otomotif

d. Klontong

e. Lainnya

5. Lama Usaha berdiri

a. 0 – 6 bulan

b. 0 – 1 tahun

c. 0 – 1 tahun lebih

6. Jenis Media Sosial yang digunakan

a. Facebook

b. Twitter

c. Whatsapp

d. Instagram

e. Tiktok

Petunjuk pengisian kuesioner:

- 1) Bacalah sejumlah pertanyaan di bawah ini dengan teliti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2) Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberikan tanda (✓) pada salah satu kriteria yang paling mewakili diri anda untuk setiap pertanyaan dibawah ini.

Pilihlah jawaban yang tersedia:

Jawaban	skor
SS/ST	5
CS/CT	4
S/T	3
TS/TT	2
STS/TST	1

4) Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar ataupun salah.

5) Hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan penelitian. Identitas diri anda akan dirahasiakan dan hanya diketahui oleh peneliti.

Jika anda menggunakan media sosial, silahkan untuk melanjutkan pengisian kuesioner, namun jika tidak menggunakan media sosial, silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

**1. Pertanyaan Variabel Penggunaan media sosial (X)**

No	Pernyataan	SS	CS	S	TS	STS
<b>Durasi</b>						
1	Berapa lama anda menggunakan sosial media dalam satu kali penggunaan? a. >60 menit (SS) b. 50-59 menit (CS) c. 40-49 menit (S) d. 30-39 menit (TS) e. <30 menit (STS)					
<b>Frekuensi</b>						



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.	Dalam satu hari berapa kali anda menggunakan sosial media? a. 10 x perhari (SS) b. 7-9 x perhari (CS) c. 5-6 x perhari (S) d. 3-4 x perhari (TS) e. <3 x perhari (STS)					
<b>Atensi = Akses</b>						
3.	Berapa Media sosial yang biasanya anda gunakan :  1. Facebook      Jawaban pertanyaan : 2. Instagram      a. Semua (SS) 3. Whatsapp      b. 5 Akun (CS) 4. Tiktok          c. 4 Akun (S) 5. Youtube        d. 3 Akun (TS) 6. Twitter         e. <2 Akun (STS)					
<b>Atensi = orientasi</b>						
4.	Saya menggunakan media sosial untuk melakukan transaksi					
<b>Atensi = Kontrol</b>						
5.	Apakah anda mendiskusikan kegiatan UMKM di sosial media dengan keluarga?					
6.	Apakah anda mendiskusikan kegiatan UMKM di sosial media dengan rekan bisnis?					

2. Pertanyaan Variabel Kinerja UMKM (Y)

No	Pernyataan	ST	CT	T	TT	TST
<b>Pertumbuhan Keuntungan</b> (dikatakan Sangat tinggi apabila dalam jangka 5 tahun selalu terjadi peningkatan keuntungan)						
1.	Saya memiliki keuntungan yang meningkat dalam 5 tahun belakang a. Meningkat setiap tahun (ST) b. Hanya 4 tahun yang keuntungan (CT) c. Hanya 3 tahun yang keuntungan (T) d. Hanya 2 tahun yang keuntungan (TT) e. Hanya 1 tahun yang keuntungan (TST)					



**Pertumbuhan pelanggan** (dikatakan Sangat tinggi apabila dalam jangka 5 tahun selalu terjadi penambahan pelanggan)

2. Hak cipta milik UIN Suska Riau	Saya mengalami penambahan pelanggan setiap tahunnya					
	a. Bertambah pelanggan setiap tahun (ST)					
	b. Hanya 4 tahun yang bertambah pelanggan (CT)					
	c. Hanya 3 tahun yang bertambah pelanggan (T)					
	d. Hanya 2 tahun yang bertambah pelanggan (TT)					
	e. Hanya 1 tahun yang bertambah pelanggan (TST)					

**Pertumbuhan penjualan** (dikatakan Sangat tinggi apabila dalam jangka 5 tahun selalu terjadi peningkatan penjualan)

3. UIN	Setiap tahun saya mengalami peningkatan penjualan					
	a. Setiap tahun penjualan meningkat (ST)					
	b. Penjualan hanya meningkat 4 x (CT)					
	c. Penjualan hanya meningkat 3 x (T)					
	d. Penjualan hanya meningkat 2 x (TT)					
	e. Penjualan hanya meningkat 1 x (TST)					

**Penambahan tenaga kerja** (dikatakan sangat tinggi apabila dalam jangka 5 tahun selalu terjadi penambahan anggota/karyawan)

4. State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Saya selalu menambah anggota/karyawan setiap tahun					
	a. Menambah anggota setiap tahun (ST)					
	b. Menambah anggota hanya 4x (CT)					
	c. Menambah anggota hanya 3x (T)					
	d. Menambah anggota hanya 2x (TT)					
	e. Menambah anggota hanya 1x (TST)					

Nilai F tabel

UIN SUSKA RIAU

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

**TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T**

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,340703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**Uji Realibilitas**

**Case Processing Summary**

		N		%	
Cases	Valid			40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>			0	.0
	Total			40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.920	20

**Uji Normalitas**

### Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		40	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	5.36617558	
Most Extreme Differences	Absolute	.101	
	Positive	.065	
	Negative	-.101	
Test Statistic		.101	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	.380	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.368
		Upper Bound	.393

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Uji Regresi linear sederhana

#### Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	14.543	5.918		2.457	.019
	Penggunaan Media Sosial (x)	.805	.075	.867	10.722	<,001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

### Uji t

#### Hasil Uji t Coefficientsa

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.543	5.918		2.457	.019
Penggunaan Media Sosial (x)	.805	.075	.867	10.722	<,001

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

**Uji Koefisien Determinasi**

**Koefisien Determinasi Model Summaryb**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.752	.745	5.436

c. Predictors: (Constant), x

d. Dependent Variable: y

