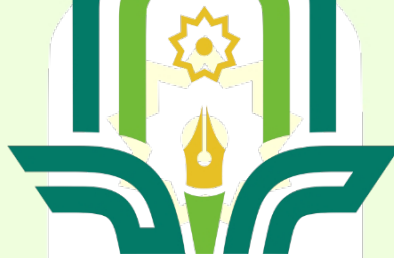


**PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN
MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH DI KABUPATEN PEKALONGAN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

FIZAL MAULANA

NIM 4120140

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN
MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH DI KABUPATEN PEKALONGAN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

FIZAL MAULANA

NIM 4120140

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fizal Maulana

NIM : 4120140

Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk , dan Modal Terhadap PertumbuhanUsaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Pekalongan Tahun 2024**

Menyatakan bahawa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 10 Desember 2024

Yang Menyatakan



FIZAL MAULANA

NIM. 4120140

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Fizal Maulana

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : **Fizal Maulana**

NIM : **4120140**

Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, Dan Modal Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Pekalongan Tahun 2024**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 17 Desember
2024 Pembimbing,

Pekalongan, 17 Desember 2024

Pembimbing,


H. Rinda Azzahra, M.Si

NIP. 1977120620030412002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **Fizal Maulana**
Nim : **4120140**
Judul Skripsi : **Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, Dan Modal Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kabupaten Pekalongan Tahun 2024**
Dosen Pembimbing : **Hj. Rinda Asytuti. M.Si**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 10 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Aenurofik, M.A.

NIP. 198201202011011001

Penguji II

Ardiyan Darutama, M.Phil.

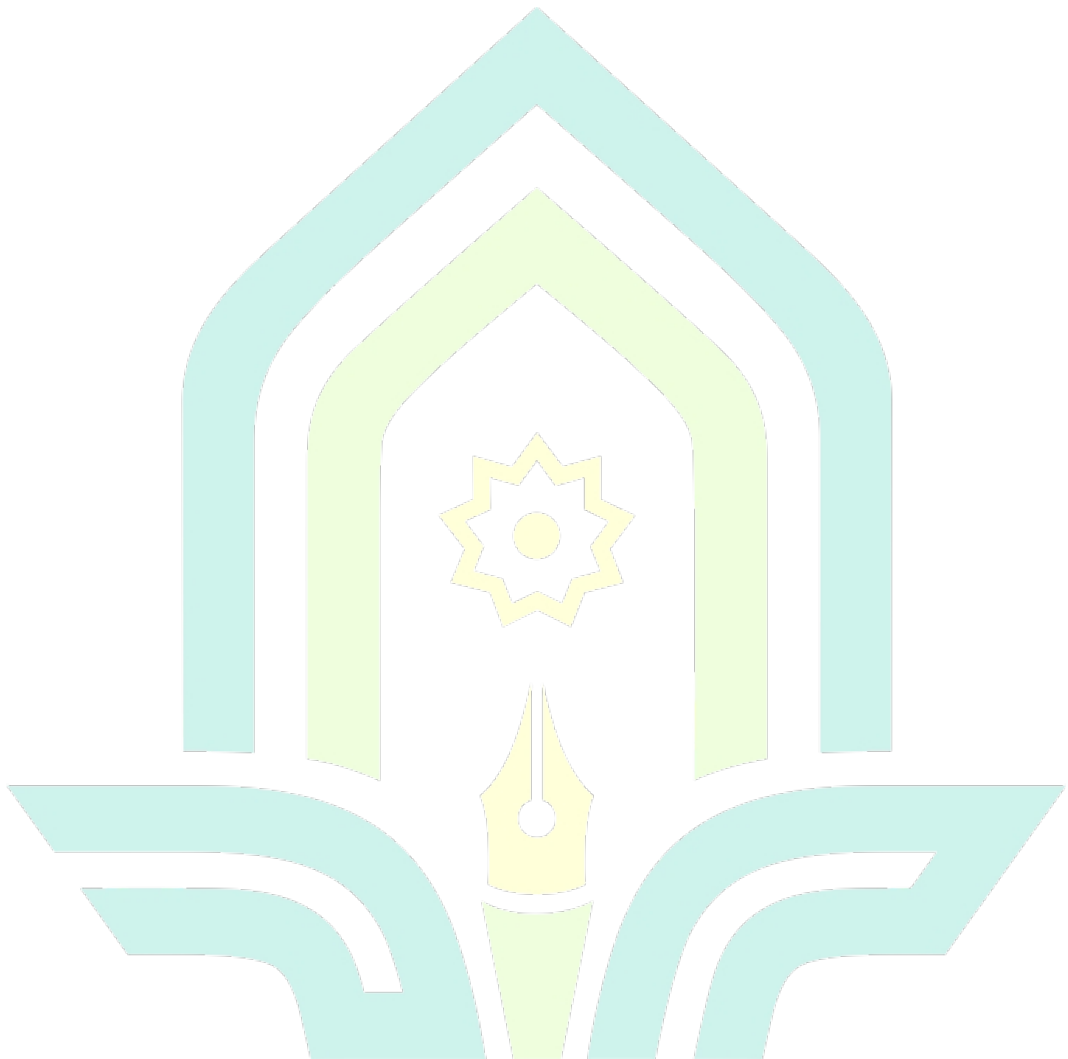
NIP. 198501262020121004

Pekalongan, 10 Juli 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. A.M. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

**Tidak Usah Menjadi Yang Terbaik Cukup Berada Diantara Orang-Orang
Yang Terbaik**



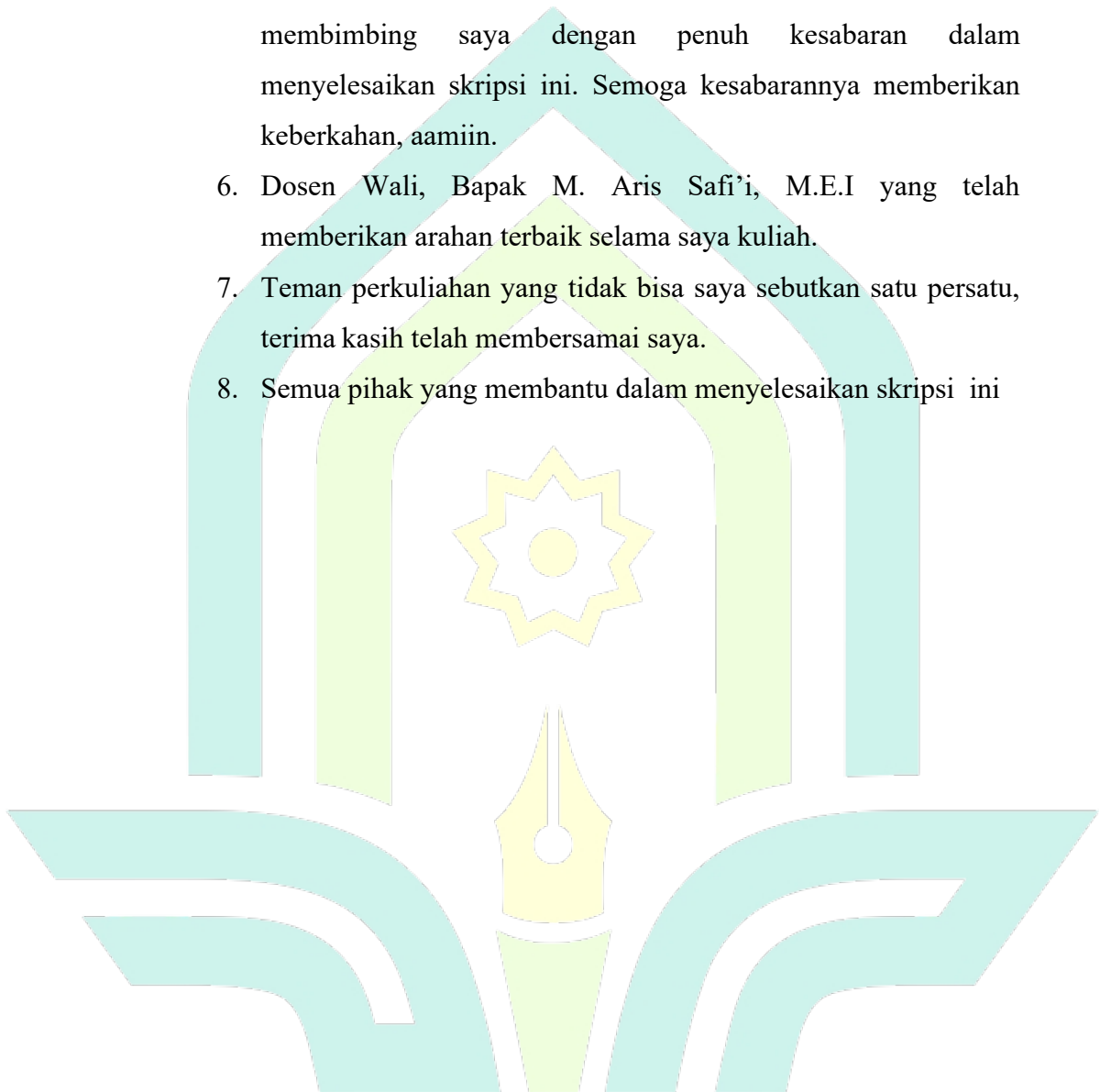
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan- kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materiil maupun non materiil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak- pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Tarmuji dan Ibu Juriyah yang telah memberikan dukungan materiil, moril, dukungan, tuntunan serta do'a. Segala cinta, kasih sayang dan kerja keras kalian tak ternilai harganya. Tanpa kalian saya tidak akan sampai pada titik ini. Terima kasih atas semua cinta yang Bapak dan Ibu berikan pada saya.
2. Keluarga saya terutama kakak saya Zyazya Nurma Amalia dan adik saya Atiqah Shofi Salsabila yang selalu memberikan keceriaan dan semangat serta dukungan selama ini.
3. Diri sendiri atas semangat, kesabaran, kesetiaan untuk mau berproses dan telah mampu bertahan sejauh ini. Banyak hal yang dilalui hingga sampai pada titik sekarang, semua berkat kerja keras, ikhtiar, dan doa. Tetaplah semangat dan berproses

ya, kamu hebat!

4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing, Ibu Hj. Rinda Asytuti. M. Si yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga kesabarannya memberikan keberkahan, aamiin.
6. Dosen Wali, Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I yang telah memberikan arahan terbaik selama saya kuliah.
7. Teman perkuliahan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah kebersamai saya.
8. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini



ABSTRAK

FIZAL MAULANA, PENGARUH MEDIA SOSIAL, INOVASI PRODUK, DAN MODAL TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH DI KABUPATEN PEKALONGAN TAHUN 2024.

Usaha Mikro Kecil Menengah(UMKM) tumbuh subur di sejumlah daerah. Minimnya lapangan pekerjaan yang ada menjadi hal utama mengapa UMKM begitu menjamur. Oleh karena itu UMKM menjadi pilihan yang cukup diminati oleh masyarakat. . Hal ini karena, usaha mikro kecil menengah merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Maka dari itu perlu adanya pengembangan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pengembangan daya saing UMKM, secara langsung merupakan upaya dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, sekaligus mempersempit kesenjangan ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, inovasi produk, dan modal terhadap pertumbuhan umkm. Sebanyak 100 responden para pelaku usaha dengan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Adapun data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner.

Hasil penelitian diperoleh Media Sosial memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM. Inovasi produk memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM. Modal memiliki pengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM. Media Sosial, Inovasi Produk, dan Modal memiliki pengaruh secara simultan terhadap Pertumbuhan UMKM.

Kata Kunci : Media Sosial, Inovasi Produk, Modal, Bisnis.

ABSTRACT

FIZAL MAULANA, THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, PRODUCT INNOVATION, AND CAPITAL ON THE GROWTH OF MICRO SMALL MEDIUM ENTERPRISES IN PEKALONGAN REGENCY IN 2024.

Micro Small and Medium Enterprises are thriving in a number of regions. The lack of available employment opportunities is the main reason why MSMEs are mushrooming. Therefore, MSMEs are a choice that is quite popular with the community. This is because, micro, small and medium enterprises are the business sector that has the largest number with significant workforce absorption. Therefore, there needs to be development for micro, small and medium enterprises (MSMEs). The development of MSME competitiveness is directly an effort to improve the welfare of the people, while at the same time narrowing the economic gap.

This study aims to determine the influence of social media, product innovation, and capital on the growth of MSMEs. A total of 100 respondents were business actors with sampling using the simple random sampling technique. This study is a quantitative study. Data sources were obtained from primary data and secondary data. The data in this study were obtained through questionnaires.

The results of the study obtained Social Media has an influence on the Growth of MSMEs. Product innovation has an influence on the Growth of MSMEs. Capital has an influence on the Development of MSMEs. Social Media, Product Innovation, and Capital have a joint influence on the Growth of MSMEs.

Keywords: Social Media, Product Innovation, Capital, Business

KATA PENGANTAR

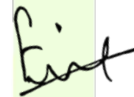
Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk, Dan Modal Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kabupaten Pekalongan Tahun 2024”. Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Ekonomi dari Progam Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekononomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu pada kesempatan ini, izinkan penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. A.M. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Hj. Rinda Asytuti, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk megarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah diberikan.
4. Panutanku, Bapak Tarmuji. Terima kasih atas segala hal yang telah diberikan kepada saya. Atas doa dan dukungan dari beliau mengiringi langkah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi ini sampai selesai.
5. Pintu surgaku, Ibu Juriyah beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi saya, beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan,

namun beliau tidak henti memberi semangat, serta do'a yang selalu menngiringi langkah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi ini sampai selesai.

6. Seluruh keluarga tercinta telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan doa'a serta hiburan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
7. Terakhir teruntuk Fizal Maulana, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar- besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesNya. Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan , 10 Desember 2024



FIZAL MAULANA

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR GRAFIK	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan penulisan.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Landasan Teori.....	7

B.	Tinjauan Pustaka.....	14
C.	Kerangka Berpikir.....	19
D.	Hipotesis	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....		21
A.	Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	21
B.	Setting Penelitian	21
C.	Populasi dan Sampel.....	21
D.	Variabel Penelitian.....	23
E.	Sumber Data	26
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
A.	Data Responden	31
B.	Uji Analisis Data	42
C.	Uji Normalitas.....	47
D.	Uji Multikolinearitas	49
E.	Uji Heterokedastisitas	50
F.	Uji Analisis Regresi Berganda.....	51
G.	Uji Hipotesis	53
H.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
BAB V PENUTUP		60
A.	Kesimpulan	60
B.	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63

TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih huruf an dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
... يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
... وَ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَؤُلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf	Nama
------------	------	-------	------

		Latin	
ا...ى ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla
 رَمَى - ramā
 قِيلَ - qīla
 يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".
2. Ta'marbutah mati Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".
3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raḍah al-aṭfāl
 - raḍatulāṭfāl

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- al-Madīnah al-Munawwarah

- al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَة

- talḥah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ

- nazzala

الْبِرِّ

- al-birr

6. Kata sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

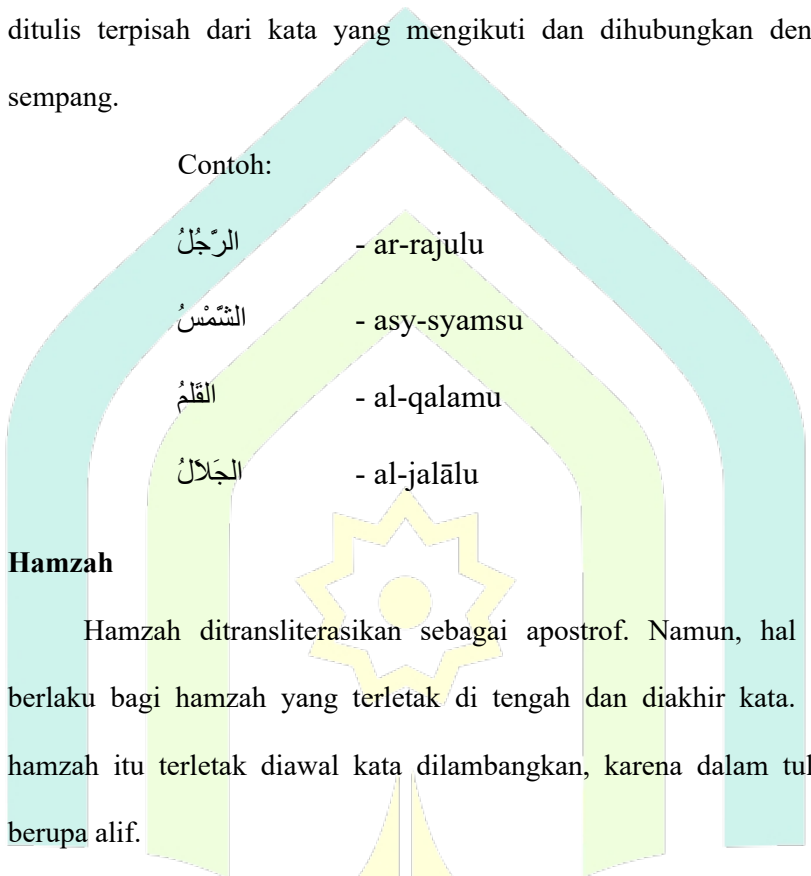
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf “1” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

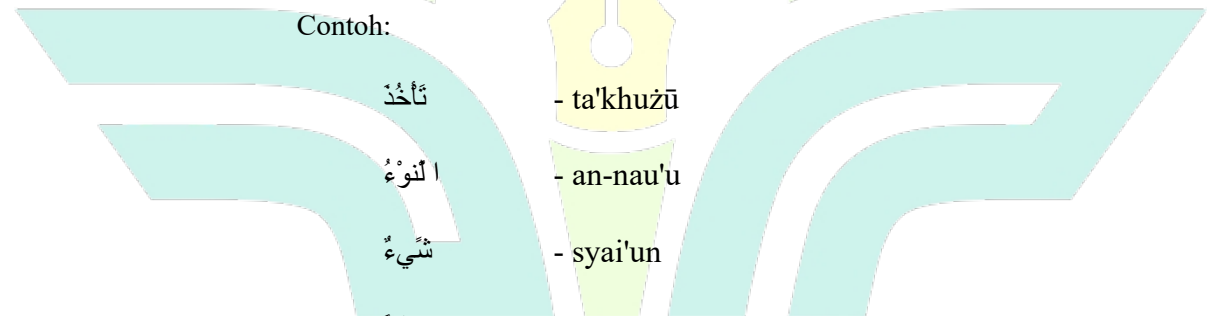


الرَّجُلُ	- ar-rajulu
الشَّمْسُ	- asy-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
الْجَلالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun, hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Sementara hamzah itu terletak diawal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:



تَأْخُذُ	- ta'khuẓū
الْأَنْوَاءُ	- an-nau'u
شَيْءٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf ditulis terpisah.

Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim

dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَأَنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdulillāhirabbil al-‘ālamīn

Alhamdulillāhirabbilil ‘ālamīn

Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Allaāhu gafūrun rahīm

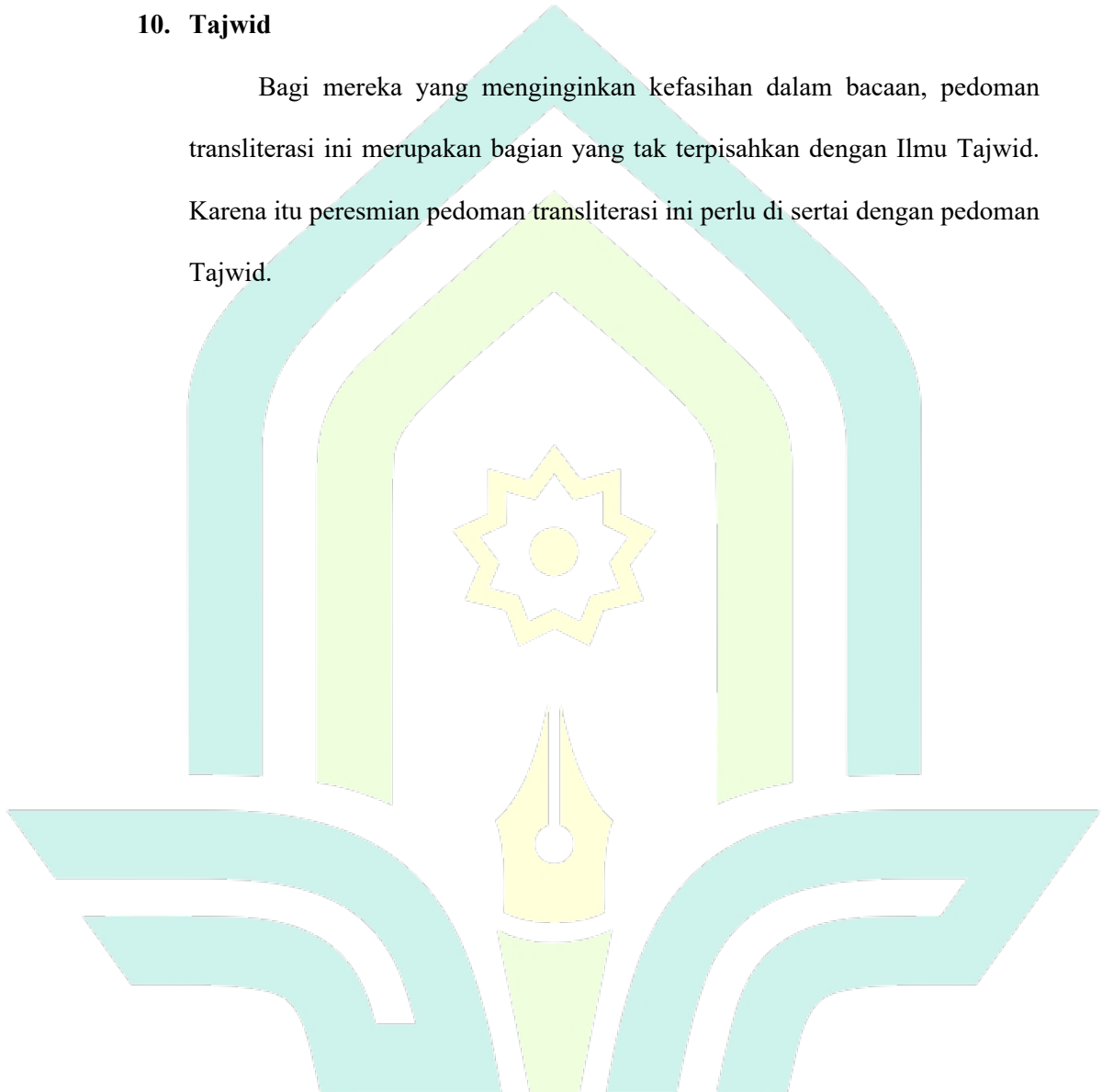
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

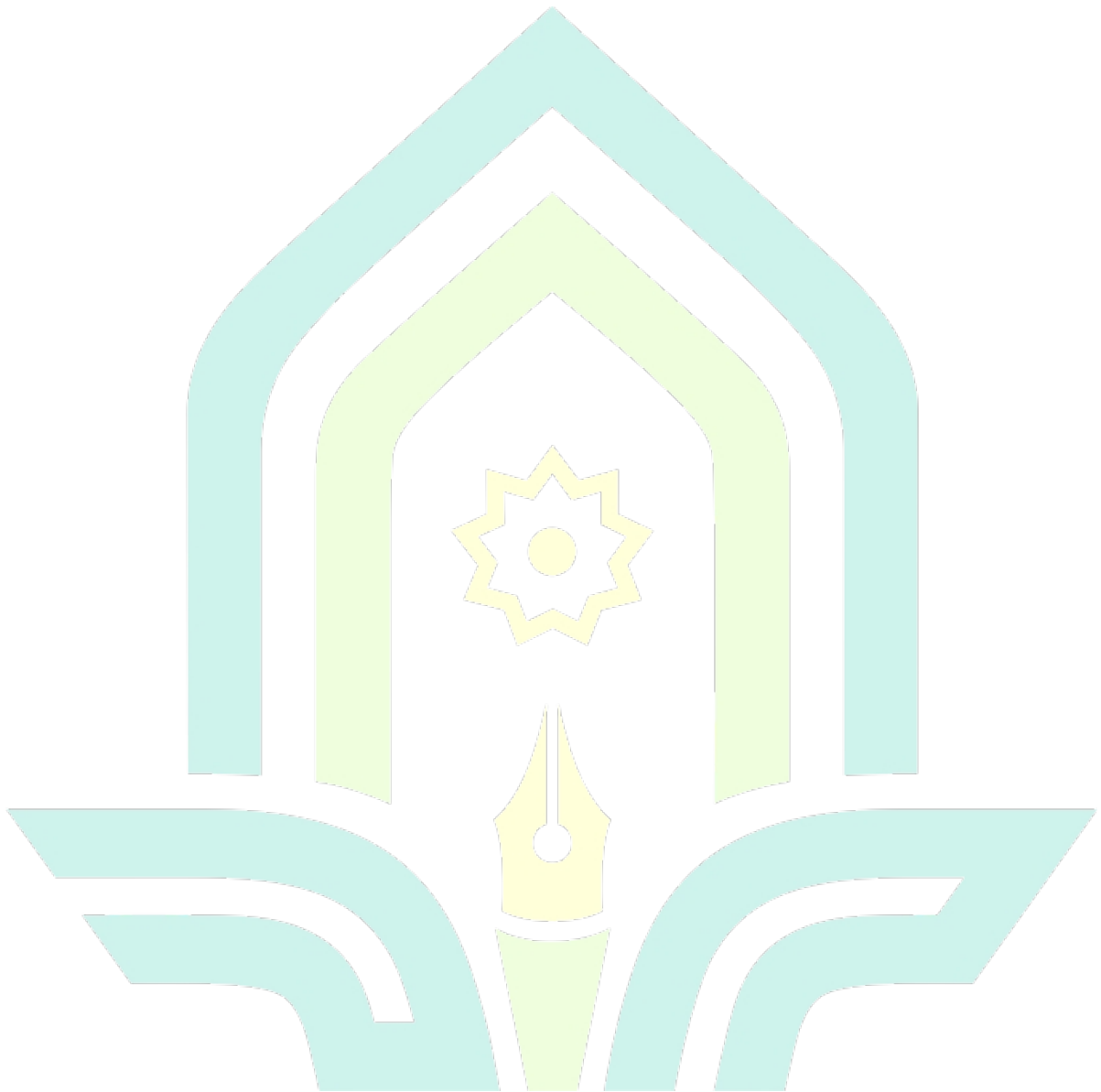


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Di Kabupaten Pekalongan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian	27
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Penghasilan Responden.....	33
Tabel 4. 2 Deskriptif Variabel Media Sosial	34
Tabel 4. 3 Deskriptif Variabel Inovasi Produk	36
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Modal.....	38
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Pertumbuhan UMKM.....	40
Tabel 4. 6 Uji Validitas Data.....	43
Tabel 4. 7 Uji Reabilitas	46
Tabel 4. 8 Uji Normalitas.....	48
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4. 10 Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4. 12 Uji T Parsial.....	53
Tabel 4. 13 Uji F Simultan	55
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi	56

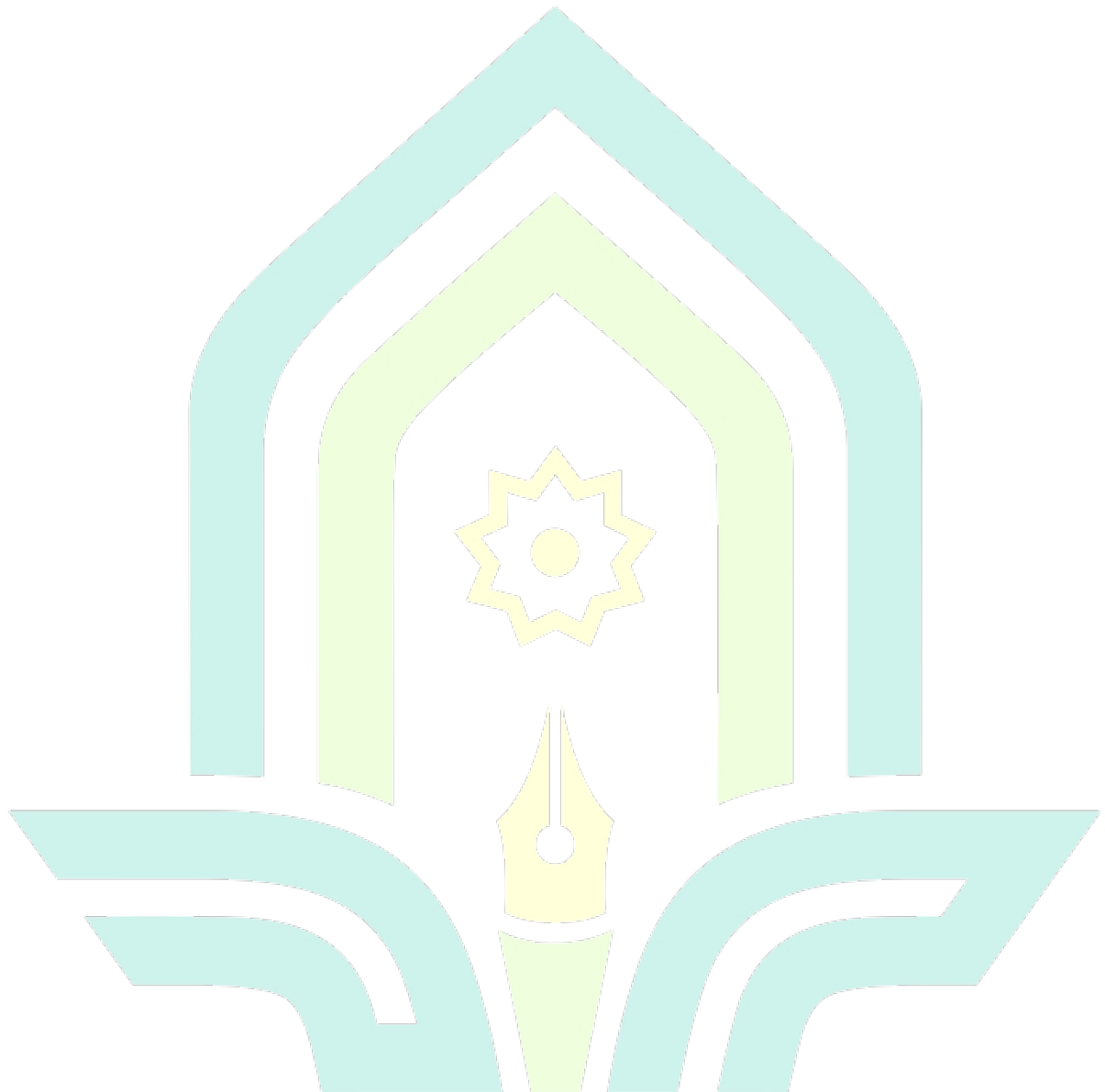
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	19
-------------------------------------	----



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Angka Deflasi.....	75
-------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

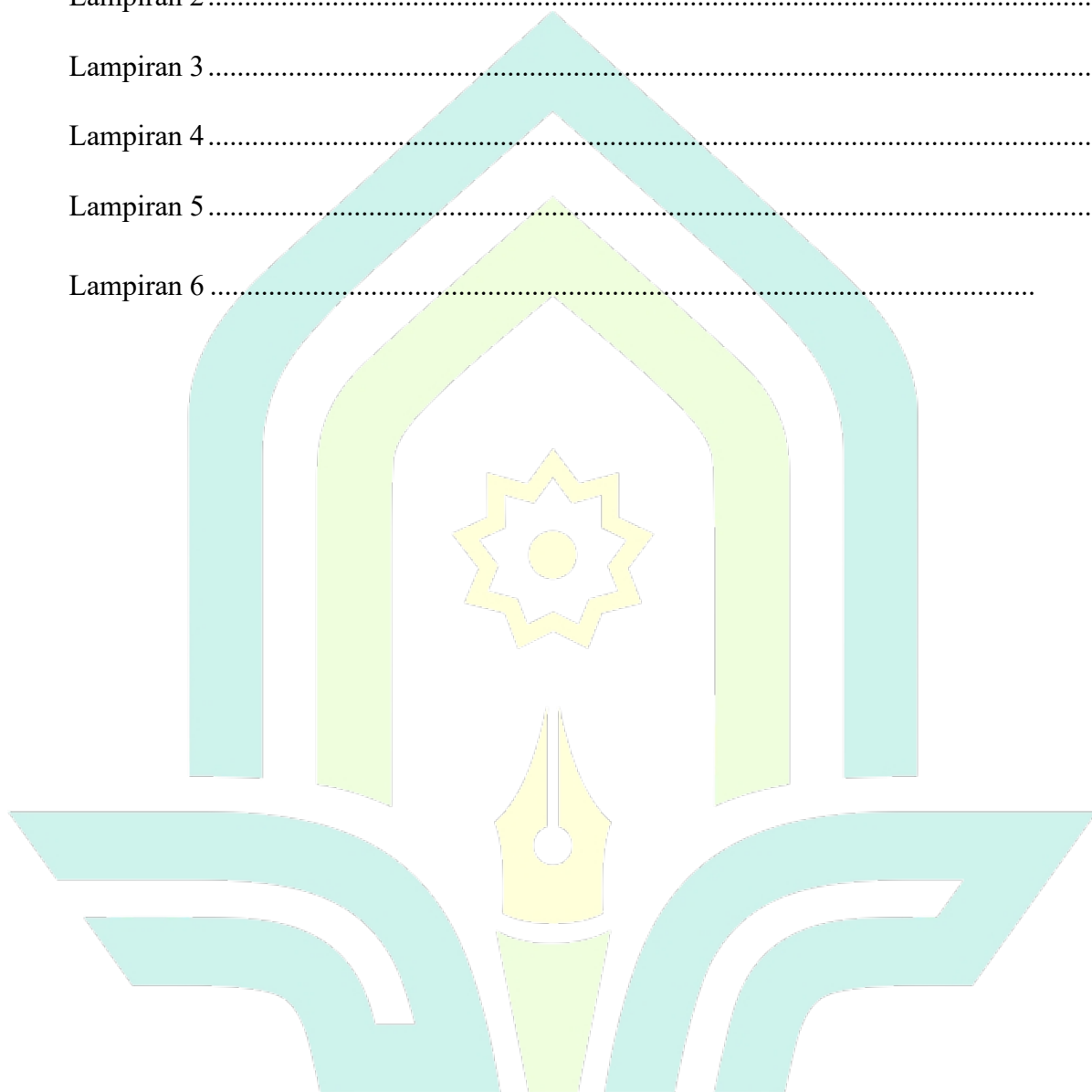
Lampiran 2

Lampiran 3

Lampiran 4

Lampiran 5

Lampiran 6



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Indonesia tahun 2022 tumbuh sebesar 5,31 persen. Pertumbuhan terjadi pada seluruh lapangan usaha. Lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan tertinggi adalah Transportasi dan Pergudangan sebesar 19,87 persen, diikuti Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 11,97 persen, dan Jasa Lainnya sebesar 9,47 persen. Sementara itu, Industri Pengolahan yang memiliki peran dominan tumbuh 4,89 persen. Sedangkan Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan serta Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor masing-masing tumbuh sebesar 2,25 persen dan 5,52 persen (Bps.go.id). Salah satu yang mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil Menengah tumbuh subur di sejumlah daerah. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), di Indonesia sudah mencapai 8,71 juta unit usaha pada tahun 2022. Jawa Barat menjadi daerah dengan UMKM terbanyak yaitu mencapai 1,49 juta unit usaha (bps.go.id, 2023).

Minimnya lapangan pekerjaan yang ada menjadi hal utama mengapa UMKM begitu menjamur. Oleh karena itu UMKM menjadi pilihan yang cukup diminati oleh masyarakat. Pembentukan UMKM juga dirasa efektif dalam membantu pemerintah dalam menanggulangi pengangguran yang setiap tahun semakin meningkat jumlahnya (Winarso, Nursal, & Prasetyo, 2018).

Menurut (KemenkopUKM, 2022) Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha ekonomi yang penting dalam perekonomian di Indonesia. Hal ini karena, Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan sektor usaha yang memiliki jumlah terbesar dengan daya serap angkatan kerja yang signifikan. Maka dari itu perlu adanya pengembangan untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pengembangan daya saing UMKM, secara langsung merupakan upaya dalam rangka peningkatan kesejahteraan rakyat banyak, sekaligus mempersempit kesenjangan ekonomi.

Perkembangan zaman yang semakin modern dan adanya mekanisme pasar terbuka, menuntut pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan serta berkembang. Semakin banyaknya pemanfaatan internet dan mudahnya koneksi internet menjadi salah satu udara segar bagi UMKM untuk dapat ikut bersaing di kondisi saat ini. Melalui media sosial yang mempunyai kemudahan dalam pengaplikasian dan penggunaannya, setiap UMKM mungkin dapat menjawab tantangan kondisi pasar yang sedemikian rupa (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2022)

Menurut (Chaffey. D, 2019) media sosial sendiri merupakan hasil perkembangan dari teknologi website baru yang memiliki basis internet, yang memudahkan setiap orang untuk berkomunikasi, saling berbagi, dan membentuk jaringan secara online. Bentuk dari media sosial ini yang saat ini sedang cukup sering dipakai oleh lapisan masyarakat seperti twitter, facebook, instagram, dan lain sebagainya. Dilansir dari “Digital Around The World 2019”, tercatat kurang lebihnya 150 juta dari total 268 juta penduduk menggunakan media sosial. menunjukkan bahwa Hal ini menjadikan salah satu faktor mengapa UMKM dapat memulai penjualannya lewat sosial media.

Para pelaku UMKM juga perlu melakukan inovasi produk agar sesuai dengan keinginan pasar sehingga akan terjadi peningkatan penjualan produk mereka. Dalam sisi lain inovasi produk menurut (Galbraith, 1973) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah. Inovasi produk dapat dilakukan pada barang, pelayanan, atau gagasan-gagasan yang diterima oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, sehingga mungkin saja suatu gagasan telah muncul di masa lampau, tetapi dapat dianggap inovatif bagi konsumen yang baru mengetahuinya.

Inovasi produk teknologi membantu perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif, layanan dan proses yang lebih efektif, bisnis yang baru, dan sebagainya. Hal ini merupakan kewajiban organisasi untuk memantau perubahan teknologi, melatih dan memotivasi karyawan untuk berinovasi produk karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi. melatih dan memotivasi

karyawan untuk berinovasi produk karena teknologi meliputi semua aspek dari semua organisasi (Tidd, J., & Bessant, J, 2018)

Agar usaha berjalan dengan baik perlu adanya modal yang dikelola dengan baik. Modal menurut Listyawan Ardi Nugraha (2011) modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang melepas uang dan sebagainya harta benda (uang barang dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan. Modal dalam pengertian ini dapat diinterpretasikan sebagai sejumlah uang yang digunakan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan bisnis. Banyak kalangan yang memandang bahwa modal uang bukanlah segala-galanya dalam sebuah bisnis. Namun perlu dipahami bahwa uang dalam sebuah usaha sangat diperlukan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dini Rosyada dan Besse Virda (2021) menunjukkan bahwa faktor media sosial, modal, dan lingkungan bisnis berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM. Hasil penelitian dari Muhammad Taufiq, Rida Prihatin, Etty Gurendrawati (2020) juga membuktikan bahwa faktor inovasi produk, kualitas produk, dan penggunaan sistem akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan hasil penelitian Neng Siti Komariyah, M. Fadhil Nursal, Muhammad Richo Rianto (2022) menunjukkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh terhadap kinerja sedangkan media sosial berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fikri Aulia dan Toni Hidayat (2021) menunjukkan bahwa faktor modal dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan hasil penelitian dari Kadek Windayani Purnama Dewi, Nyoman Trisna Herawati (2023) menunjukan bahwa Modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha, Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha dan penggunaan *social commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

2021	2022	2023	2024
8.660	9.049	10.977	19.249

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Kabupaten Pekalongan menurut BPS 2024.

UMKM Kabupaten Pekalongan berjumlah 19.249, dimana berbagai usaha ada didalamnya. Para pelaku usaha UMKM menangkap kemajuan teknologi informasi dengan media sosial sebagai sarana mempromosikan produk barang atau jasa yang dihasilkannya. Inovasi produk yang menarik dan beraneka ragam dapat mendorong kemajuan produk yang dihasilkan. Sumber modal yang dimiliki para UMKM juga menjadi salah satu permasalahan dari pelaku UMKM.

Dari fenomena diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang ***“Pengaruh Media Sosial, Inovasi Produk , dan Modal Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kabupaten Pekalongan Tahun 2024”***

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang sudah diuraikan, rumusan masalah yang ditarik penulis adalah sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah modal berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah media sosial, inovasi produk, modal berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berlandaskan perumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.
2. Mengetahui inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.
3. Mengetahui modal berpengaruh signifikan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.
4. Mengetahui penggunaan media sosial, inovasi produk, modal berpengaruh signifikan terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Adapun manfaat maupun kegunaan yang dapat di ambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian dapat digunakan sebagai sarana implementasi dalam perkembangan dunia Pendidikan dan perekonomian, serta dapat memberikan pembuktian secara empiris mengenai hubungan antara variabel-variabel media sosial, inovasi produk, dan modal terhadap UMKM di Kabupaten Pekalongan.

2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan secara praktis dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi penulis sendiri penelitian ini untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh media sosial, inovasi produk, dan modal terhadap UMKM di Kabupaten Pekalongan.
- b. Sebagai bahan dasar acuan ataupun refrensi bagi peneliti lainnya, yang akan melakukan maupun melanjutkan penelitian yang serupa dengan judul skripsi ini.

- c. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan bagi UMKM di Kabupaten Pekalongan untuk memperbaiki kualitas usahanya

D. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini merupakan uraian singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis bab demi bab. Materi yang akan dibahas disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran awal pengkaji untuk melakukan pengkajian yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan pengkajian, manfaat pengkajian dan sistematika penulisan dari bab I sampai bab V.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan Hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Berisi penjelasan mengenai metode yang akan digunakan dalam pengkajian, mulai dari jenis pengkajian, tempat pengkajian, variabel pengkajian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrument pengkajian dan teknik pengolahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi pembahasan dari hasil pengkajian yang berupa analisis data baik analisis data secara deskriptif maupun analisis data berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Media Sosial (X1) terhadap Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel media sosial (X1) memperoleh hasil faktor media sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM), karena nilai Thitung yang diperoleh adalah 5,826 > Ttabel 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Penelitian ini selaras dengan penelitian Dini Rosyada dan Besse Virda.

2. Variabel Inovasi Produk (X2) terhadap Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel inovasi produk (X2) memperoleh hasil faktor inovasi produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM), karena nilai Thitung yang diperoleh adalah 3.502 > Ttabel 1,984 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Penelitian ini selaras dengan penelitian Fikri Aulia dan Toni Hidayat.

3. Variabel Modal (X3) terhadap Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji T) yang dilakukan melalui hasil perhitungan SPSS terhadap variabel modal (X3) memperoleh hasil factor modal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM), karena nilai Thitung yang diperoleh adalah 4.058 > Ttabel

1,984 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Penelitian ini selaras dengan penelitian Fikri Aulia dan Toni Hidayat.

4. Variabel Media Sosial, Inovasi Produk, dan modal terhadap Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Berdasarkan hasil pengujian simultan (uji F) melalui hasil perhitungan SPSS yang dilakukan dalam penelitian diperoleh nilai Fhitung sebesar 35,245 dan Ftabel sebesar 3,09 ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung $35,245 > Ftabel 3,09$ dengan nilai signifikan yang diperoleh adalah $0,000 < 0,05$ maka hasil yang diperoleh dari penelitian yaitu media sosial, inovasi produk, dan modal secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kabupaten Pekalongan.

Perolehan hasil Adjusted R square dalam penelitian ini adalah sebesar 0,509 atau 50,9 % hal ini menunjukkan bahwa sebesar 50,9 % Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian sedangkan sisanya 49,1 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian.

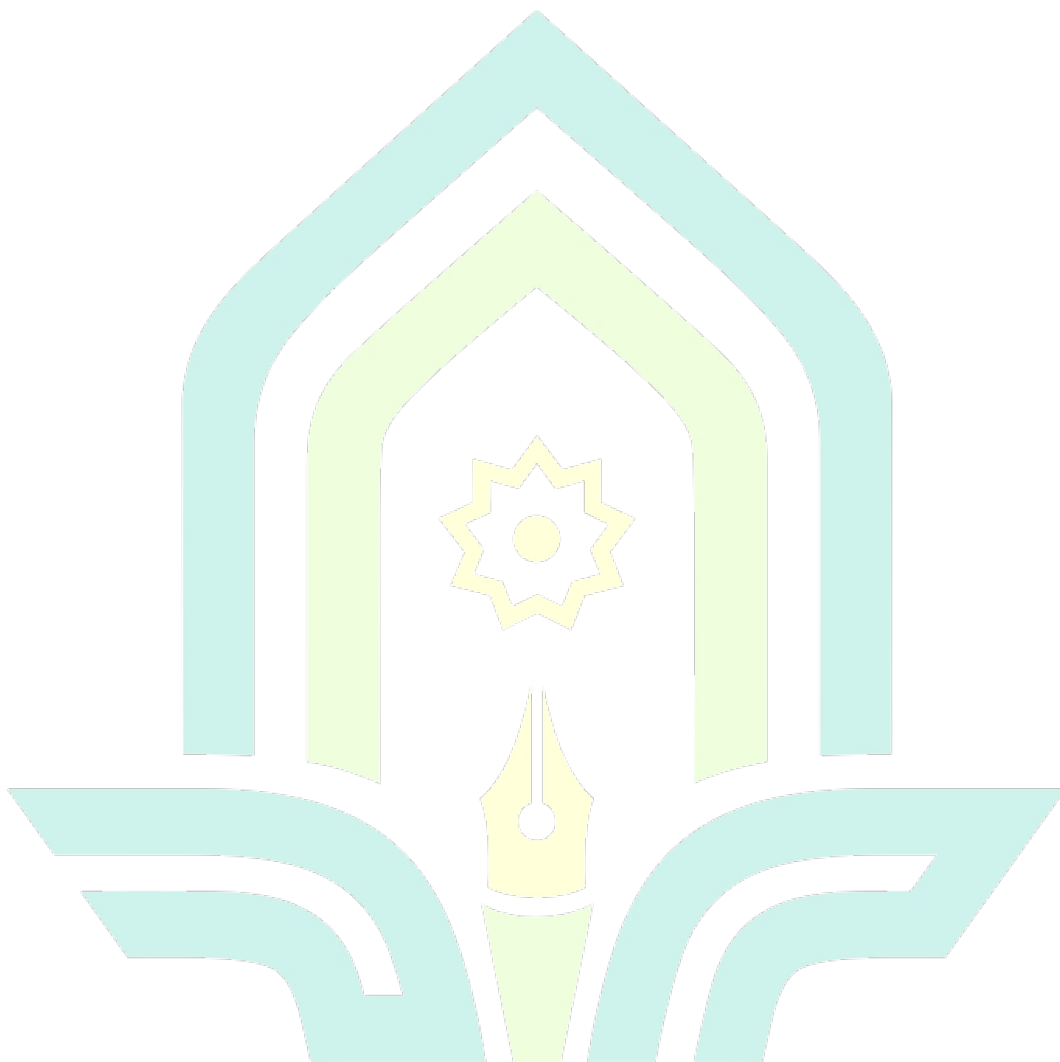
B. Saran

Guna untuk melengkapi penelitian ini, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Untuk penelitian selanjutnya agar cakupan area penelitian diperluas, tidak hanya di Kabupaten Pekalongan, serta menambah responden dan variabel independen agar terlihat lebih jelas faktor-faktor yang lebih dominan mempengaruhi Pertumbuhan usaha mikro kecil menengah (UMKM).
2. Pelaku usaha juga harus memperhatikan lebih dalam tentang faktor media sosial, inovasi produk dan modal. Pelaku usaha disarankan

untuk meningkatkan modal usahanya serta jenis usahanya juga perlu dikembangkan lagi sehingga akan memperoleh keuntungan usaha yang lebih banyak.

3. Kepada pemerintah agar terus memberikan dukungan terhadap pelaku UMKM di Kabupaten Pekalo



DAFTAR PUSTAKA

- Andi Saputra , Chandra Satria , Muharir. 2021. *Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim (Studi Kasus Pedagang Daging Segar Di Pasar Kamboja Kelurahan Dua Puluh Ilir Tiga Kecamatan Ilir Timur I Kota Palembang)*. Palembang. Jimesha.
- Bambang Arianto, Herry Sofyan. 2022. *Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT). Banten.
- Chaffey, D. (2019). *Global social media statistics research summary 2019*. Smart Insights.
- Enny Istanti dan Ruchan Sanusi, Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan UMKM di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. 2020.
- Fauzi, Muchamat. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press
- Fikri Aulia dan Toni Hidayat. 2021. *Pengaruh Modal dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Kain Perca di Kecamatan Medan Denai*. Jurnal Bisnis Net. Vol . IV, No.2
- Hardian Mursito. 2019. *Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta)*. PEKOBIS : Jurnal Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis.
- Hasan, R. (2016). *Halal Lifestyle: Gaya Hidup Halal di Era Modern*. Bandung: Alfabeta.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-mana-terbanyak>

- Kadek Windayani Purnama Dewi dan Nyoman Trisna Herawati. 2023. *Pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan dan Penggunaan Social Commerce Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kecamatan Buleleng*. VJRA, Vol.12, No. 2.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan tahunan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Muhammad Taufiq, Rida Prihatin, Etty Gurendrawati. 2020. *Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk, dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM*. Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing. Vol. 1, No. 2, 204-220.
- Muri, Yusuf, 2014, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, Jakarta: Kencana,
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Shinta Avriyanti. 2022. *Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong)*
- Silvester Dian Handy Permana, Maya Cendana. 2019. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Sustainability Bisnis UMKM*. Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Jakarta. 163-169.
- Siregar, Sofyan, 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : Kencana Prenada Kencana Group
- Siregar, Syofian, 2014, *Statistic Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara
- Sugiono, 2008, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta,

- Sugiyono, 2009, *Statistik Untuk Penelitian*, cet.ke-14, Bandung: Alfabeta
- Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2017, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta,
- Sukestiyarno, 2014, *Statistika Dasar*, Yogyakarta: Andi Offset
- Suryana. 2014. Kewirausahaan : Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Bandung: Alfabeta
- Sutrisno Hadi. 1993. Metodologi Research. Jilid III. Yogyakarta. Andi Offset.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2018). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (6th ed.). Wiley.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 1 ayat 5
- Vionna Agnesia, Agung Joni Saputra. 2022. *Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Financial Technology dan Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Kota Dumai*. *E-Jurnal Akuntansi*. Hal. 750-761
- Winarso, W., Nursal, M. F., & Prasetyo, E. T. (2018). Analisis Strategi Penetapan Harga Produk Usaha Kecil dan Menengah Terhadap Volume Penjualan (studi kasus pada pedagang bakso di Bekasi Utara). *Jurnal Online Nasional, Jurnal for busuness and entrepreneur*, 2, 2.

www.bps.go.id

www.pekalongankab.go.id