

**PENGARUH *KNOWLEDGE MANAGEMENT* TERHADAP
SUSTAINABILITY BUSINESS MUSLIM MELALUI
MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Usaha Kecil di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan)**



Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.)

Oleh:

UMI HANIK
NIM. 50422017

**PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2024**

**PENGARUH *KNOWLEDGE MANAGEMENT* TERHADAP
SUSTAINABILITY BUSINESS MUSLIM MELALUI
MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi pada Usaha Kecil di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan)**



TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah (M.E.)

Oleh:

UMI HANIK
NIM. 50422017

**PASCASARJANA PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI K.H. ABDURRAHMAN WAHID
PEKALONGAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Umi Hanik



NIM : 50422017

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh *Knowledge Management* terhadap *Sustainability Business*

Muslim Melalui Media Sosial Sebagai Variabel Intervening (Studi

Kasus : UMKM di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan)

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr. H. Tamamudin, M.M. Pembimbing I		26/3/2024
2	Dr. AM. MUH. Khafidz Ma'shum M.Ag Pembimbing II		26/3/2024

Pekalongan, 26 Maret 2024

Mengetahui:
An. Direktur,
Ketua Program Studi
Magister Ekonomi Syariah


Dr. Ali Muhtarom, M.H.I
NIP. 19850405 201903 1 007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Tesis dengan Judul "PENGARUH *KNOWLEDGE MANAGEMET* TERHADAP *SUSTAINABILITY BUSINESS* MUSLIM MELALUT MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL INTERVENING, STUDI PADA USAHA KECIL DI KECAMATAN BUARAN KAB. PEKALONGAN" yang disusun oleh:

Nama : Umi Hanik
NIM : 5042017
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan pada tanggal 28 Maret 2024.

Jabatan	Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua Sidang	Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag NIP. 19710115 199803 1 005		
Sekretaris Sidang	Dr. Ali Muhtarom, M. H.I NIP. 19850405 201903 1 007		
Penguji Utama	Dr. Kwat Ismanto, S.H.I., M.Ag NIP. 19791205 200912 1 001		
Penguji Anggota	Dr. Karimatul Khasanah, M.S.I NIP. 19871224 201801 2 002		5/4 2024



Mengetahui
Direktur,

Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag
NIP. 19710115/199803 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tesis ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister), baik di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekalongan, 26 Maret 2024

Yang membuat pernyataan,



Umi Hanik
NIM. 50422017

MOTTO

فَيَّمَّا لِيُنذِرَ بَأْسًا شَدِيدًا مِّن لَّدُنْهُ وَيُبَشِّرَ الْمُؤْمِنِينَ الَّذِينَ يَعْمَلُونَ الصَّالِحَاتِ أَنَّ لَهُمْ أَجْرًا حَسَنًا

(Dia menjadikannya kitab) yang lurus agar Dia memberi peringatan akan siksa yang sangat pedih dari sisi-Nya dan memberi kabar gembira kepada orang-orang mukmin yang mengerjakan kebajikan bahwa mereka akan mendapat balasan yang baik.



QS. Al Kahfi:2

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan dan ketulusan hati, sebagai rasa cinta dan tanda kasih, ku persembahkan tesis ini kepada :

1. Kedua orang tuaku (Ibu Intikha dan Bapak Alimin), kedua mertuaku (Ibu Nur Inayah dan Bapak Warsono), suamiku tercinta (Hasan Fasani), dan putriku tercinta (Aisyah Nahla) yang selalu memberikan do'a restunya, dan selalu memberikan semangat untukku.
2. Segenap keluarga besarku terima kasih atas dukungan, motivasi dan doanya selama ini.
3. Terimakasih untuk (Pembimbing I) Dr. H. Tamamudin, M.M dan (Pembimbing II) Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum M.Ag, yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta kesabaran dalam memberikan arahan, bimbingan dan masukan dalam penyusunan tesis sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
4. Teruntuk guru-guruku yang telah mendidik, mengajar, dan membimbing penulis mengenal beberapa ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat.
5. Bapak/Ibu Dosen Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu kepada ananda. Semoga ilmu yang engkau berikan bermanfaat di dunia dan di akhirat.
6. Terimakasih untuk Kepala Sekolah dan rekan-rekan kerja SMK Islamiyah Sapugarut yang selalu sabar menerima segala keluh kesahku, memberikan motivasi, bimbingan dan keceriaan kepada penulis.
7. Terimakasih kepada pelayanan perputakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang menyediakan pelayanan yang baik, ramah, dan tempat perpustakaan yang bagus sehingga nyaman untuk belajar.
8. Teman-teman Pascasarjana Ekonomi Syariah Angkatan 5 yang telah bersama-sama berjuang selama ini.
9. Almameterku tercinta PASCASARJANA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN, semoga menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berkualitas.

ABSTRAK

Umi Hanik,2024, Pengaruh Knowledge Management Terhadap Sustainability Business Muslim Melalui Media Sosial Sebagai Variabel Intervening Studi Pada Pengusaha Muslim Di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan.Tesis, Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: I. Dr. H. Tamamudin, M.M. Pembimbing II Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum M.Ag.

Penelitian ini menguji hipotesis Pengaruh Knowledge Management Terhadap Sustainability Business Muslim Melalui Media Sosial Sebagai Variabel Intervening Di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Resources Based View Theory. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha muslim di Kecamatan Buaran Kab. Pekalongan yang menggunakan media sosial untuk menjalankan bisnisnya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling dengan jumlah responden 97. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial mampu memediasi hubungan antara pengaruh transfer pengetahuan terhadap sustainability bisnis dengan nilai pengaruh total sebesar 32,5%. Dan variabel media sosial mampu memediasi hubungan antara pengaruh penciptaan pengetahuan terhadap sustainability bisnis dengan nilai pengaruh total 52,5%. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial sangat diperlukan untuk keberlanjutan bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kab. Pekalongan.

Kata Kunci : Knowledge Managemet, Media Sosial, sustainability Business.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur Peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT dan mengharapkan ridho yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul Pengaruh *Knowledge Managemet* Terhadap *Sustainability Business* Muslim Melalui Media Sosial Sebagai Variabel Intervening, Studi pada Usaha Kecil di Kecamatan Buaran Kab. Pekalongan,. Tesis ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Magister Ekonomi Syariah pada Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Shalawat dan salam disampaikan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, mudah-mudahan kita semua mendapatkan syafaat-Nya di yaumul akhir nanti, Amin.

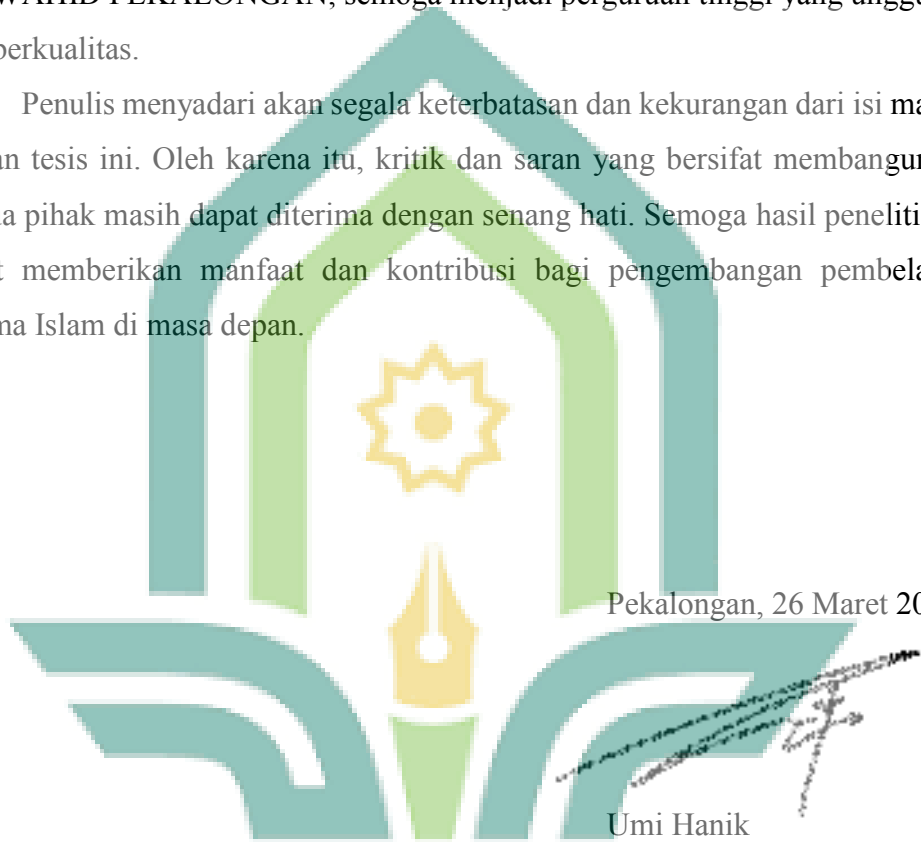
Peneliti menyadari sepenuhnya, bahwa dalam penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan kesempatan serta arahan selama pendidikan, penelitian dan Penelitian tesis ini.
2. Dr. Ali Muhtarom, M.H.I. selaku ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan dan arahan dalam Penelitian tesis ini.
3. Dr. H. Tamammudin, M.M. dan Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum M.Ag. selaku pembimbing dalam penelitian tesis ini dan dosen yang dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sejak permulaan sampai dengan selesainya tesis ini.
4. Kedua orang tua, Kedua Mertua, suami dan putri tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa hingga penelitian tesis ini dapat terselesaikan.
5. Rekan-rekan kerja SMK Islamiyah Sapugarut Pekalongan yang selalu sabar

menerima segala keluh kesahku, memberikan motivasi, bimbingan dan keceriaan kepada penulis.

6. Teman-teman magister ekonomi syariah angkatan 5 yang juga selalu memberikan motivasi dan kebahagiaan kepada peneliti hingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian tesis ini.
7. Almameterku tercinta PASCASARJANA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN, semoga menjadi perguruan tinggi yang unggul dan berkualitas.

Penulis menyadari akan segala keterbatasan dan kekurangan dari isi maupun tulisan tesis ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak masih dapat diterima dengan senang hati. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan pembelajaran Agama Islam di masa depan.



Pekalongan, 26 Maret 2024

Umi Hanik

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Deskripsi Teoritik.....	11
2.1.1 Grand Theory.....	11
2.1.2 Keberlangsungan.....	14
2.1.3 Knowledge Management Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	18
2.1.4 Knowledge Management.....	20
2.1.5 Media Sosial.....	26
2.2 Kajian Penelitian yang Relevan.....	27
2.3 Kerangka Berfikir.....	38

2.4 Hipotesis Penelitian	39
2.4.1 Pengaruh Transfer Pengetahuan terhadap Sustainability Bisnis	39
2.4.2 Pengaruh Penciptaan Pengetahuan berpengaruh terhadap sustainability Bisnis.....	41
2.4.3 Pengaruh Media Sosial terhadap Sustainability Bisnis.....	42
2.4.4 Pengaruh Transfer Pengetahuan Terhadap Media Solsisal	44
2.4.5 Pengaruh Penciptaan Pengeltahuan Terhadap Media Sosial	45
2.4.6 Pengaruh transfer Pengetahuan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Media Sosial.....	47
2.4.7 Pengaruh Penciptaan Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Sustainability Bisnis Melalui Media Sosial.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	52
3.2 Populasi dan Sampel.....	53
3.2.1 Populasi.....	53
3.2.2. Sampel	53
3.3 Variabel Penelitian.....	54
3.3.1 Variabel Bebas (independent variabel)	55
3.3.2 Variabel Terikat (dependent variable).....	55
3.3.3 Variabel Intervening.....	55
3.4 Indikator Variabel	55
3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	57
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	57
3.5.2 Alat Pengumpulan Data.....	58
3.5.3 Data dan Sumber Data.....	60
3.6 Teknik Analisis Data	60
3.6.1 Uji Instrumen.....	61
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	61
3.6.3 Uji Hipotesis Analisis Jalur Path.....	65

BAB IV METODE PENELITIAN	68
4.1 Deskripsi Data.....	68
4.1.1 Deskripsi Responden.....	68
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden	71
4.2 Analisis	76
4.2.1 Uji Instrumen.....	76
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	79
4.2.3 Analisis Jalur Path.....	86
4.2.4 Uji Hipotesis.....	94
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	99
4.3 Pembahasan.....	101
4.3.1 Pengaruh Transfer Pengetahuan Terhadap Sustainability Business.....	101
4.3.2 Pengaruh Penciptaan Pengetahuan Terhadap Sustainability Business.....	104
4.3.3 Pengaruh Media Sosial Terhadap Sustainability Business	107
4.3.4 Pengaruh Transfer Pengetahuan Terhadap Media Sosial..	109
4.3.5 Pengaruh Penciptaan Pengetahuan Terhadap Media Sosial	111
4.3.6 Pengaruh Transfer Pengetahuan Berpengaruh Terhadap Sustainability Bisnis Melalui Media Sosial.....	114
4.3.7 Pengaruh Penciptaan Pengetahuan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Sustainability Bisnis Melalui Media Sosial	115
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	118
5.1 Simpulan	118
5.2 Implikasi	121
5.3 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	56
Tabel 3.2	Skala Likert.....	59
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	70
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	71
Tabel 4.5	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Transfer Pengetahuan.....	72
Tabel 4.6	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Transfer Pengetahuan.....	72
Tabel 4.7	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Penciptaan Pengetahuan.....	73
Tabel 4.8	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Penciptaan Pengetahuan.....	73
Tabel 4.9	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Media Sosial	74
Tabel 4.10	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Media Sosial.....	75
Tabel 4.11	Kategori Penilaian Responden terhadap Variabel Sustainability Bisnis	76
Tabel 4.12	Hasil Penilaian Responden terhadap Variabel Sustainability Bisnis	76
Tabel 4.13	Uji Validitas.....	77
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.15	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	80
Tabel 4.16	Uji Linearitas Variabel X1.....	81
Tabel 4.17	Uji Linearitas Variabel X2.....	82
Tabel 4.18	Uji Linearitas Variabel Z.....	82
Tabel 4.19	Uji Multikolinieritas	84
Tabel 4.20	Koefisien Jalur Substruktur I.....	87
Tabel 4.21	Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda II	88

Tabel 4.22	Koefisien Jalur Substruktur II.....	90
Tabel 4.23	Koefisien Determinasi Model II.....	91
Tabel 4.24	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur	93
Tabel 4.25	Uji T Regresi Berganda I.....	95
Tabel 4.26	Analisis Regresi Linier Berganda II	97
Tabel 4.27	Koefisien Determinasi Regresi Linier Berganda I.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Jalur	67
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas	85
Gambar 4.2 Diagram Jalur Subsutruktur I	89
Gambar 4.3 Diagram Jalur Subsutruktur II.....	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	136
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas Sementara.....	142
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	143
Lampiran 4 Nama Nasabah.....	144
Lampiran 5 Data Mentah Kuesioner	147
Lampiran 6 Output Uji Validitas	152
Lampiran 7 Uji Reliabilitas.....	156
Lampiran 8 Output Hasil Uji Normalitas.....	157
Lampiran 9 Output Hasil Uji Linieritas	158
Lampiran 10 Output Hasil Uji Multikolinieritas.....	160
Lampiran 11 Output Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	161
Lampiran 12 Output Uji Substruktural I.....	162
Lampiran 13 Hasil Output Uji Substruktural II.....	163
Lampiran 14 Hasil Output Uji Koefisien Substruktural I.....	164
Lampiran 15 Hasil Output Uji Koefisien Substruktural II.....	165
Lampiran 16 Output Tabel T Hitung.....	166
Lampiran 17 Dokumentasi.....	167
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....	169

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manajemen pengetahuan memiliki peran yang krusial dalam mendukung sustainability (keberlanjutan) bisnis. Sustainability dalam konteks bisnis tidak hanya berfokus pada keberlanjutan lingkungan, tetapi juga meliputi aspek sosial dan ekonomi. Pelatihan dan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) merupakan bagian integral dari manajemen pengetahuan. Dengan melatih karyawan tentang praktik-praktik berkelanjutan dan membagikan pengetahuan tentang topik tersebut, bisnis dapat menciptakan budaya yang berfokus pada keberlanjutan.

Daya tahan dan keberlanjutan perusahaan berbasis teknologi dalam ambiguitas, ketidakpastian, dan risiko yang disebabkan oleh perubahan lingkungan merupakan masalah utama. Untuk melanjutkan operasinya, perusahaan berbasis teknologi menghadapi tantangan seperti gejolak, persaingan yang ketat, lingkungan yang tidak dapat diprediksi, dan variasi pasar. Oleh karena itu, keberlanjutan perusahaan tidak lagi menjadi pilihan strategis belaka karena merupakan bisnis penting untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa depan. Dengan demikian, penggunaan metode tradisional untuk bertahan dan bertahan dalam lingkungan persaingan saat ini tidak lagi efektif atau memadai. (Tajpour et al., 2022)

Perusahaan-perusahaan ini harus memanfaatkan sumber daya mereka yang terbatas karena mereka terus mencari model bisnis yang sempurna untuk

operasi mereka karena lingkungan operasi mereka penuh dengan ketidakpastian dan gejolak. Bagian utama dari sumber daya ini adalah sumber daya manusia mereka, termasuk orang-orang seperti karyawan dan manajer yang mencoba menggunakan alat lain untuk memaksimalkan peluang keberhasilan perusahaan.(Triono & Rachman, 2021) Semakin pentingnya keberlanjutan dalam tata kelola perusahaan telah memotivasi para peneliti untuk memahami bagaimana keberlanjutan dapat diperkenalkan ke praktik bisnis . Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan menggunakan manajemen pengetahuan. Karena dapat memiliki dampak yang signifikan pada struktur organisasi.(Tajpour et al., 2022).

Manajemen pengetahuan merupakan manajemen sistematis sumber daya pengetahuan organisasi untuk menciptakan nilai yang sepadan dengan persyaratan strategis. Manajemen pengetahuan mencakup proses, strategi, sistem penyimpanan, tindakan keberlanjutan, dan transfer, evaluasi, pembuatan, dan modifikasi pengetahuan (Hutagalung et al., 2021). Kesadaran pengetahuan ini penting untuk modal para pengusaha muslim yang ada di Pekalongan dalam keberlangsungan usahanya. Di era saat ini, fenomena manajemen pengetahuan terus mengalami perkembangan dan transformasi sebagai respons terhadap dinamika lingkungan bisnis, teknologi informasi, dan tuntutan keberlanjutan. Akan tetapi pada kenyataannya yang terjadi pada pengusaha muslim di Kecamatan Buaran Pekalongan masih terekendala tentang pengetahuan teknologi.

Penciptaan pengetahuan memiliki peran yang sangat penting dalam keseluruhan strategi dan kinerja bisnis. Penciptaan pengetahuan memungkinkan organisasi untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovasi. Dengan mendorong kolaborasi dan pembelajaran, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang baru, mengembangkan produk dan layanan yang inovatif, serta meningkatkan proses bisnis yang ada. Pengetahuan yang dikumpulkan dan diciptakan oleh organisasi memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih terinformasi. Penciptaan pengetahuan juga membantu meningkatkan efisiensi operasional. Dengan membagikan praktik terbaik, prosedur, dan pengalaman, perusahaan dapat mengidentifikasi area-area di mana efisiensi dapat ditingkatkan dan proses bisnis dapat diperbaiki.

Penciptaan pengetahuan merupakan proses menciptakan pengetahuan baru atau mengganti dan meningkatkan pengetahuan yang ada melalui hubungan organisasi dan kolaborasi. Proses ini terjadi pada tingkat individu, kelompok, dan organisasi serta menciptakan pengetahuan baru. (*Knowledge Management and Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations*, 2021) Budaya penciptaan pengetahuan merupakan faktor yang efektif dalam pembelajaran organisasi dan memberikan kontribusi untuk proses eksekutif organisasi. (Loon, 2019) Mengingat peran pengetahuan baru dalam kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis, pengetahuan yang diciptakan terkadang lebih penting daripada pengetahuan yang sudah ada.

Beginilah cara pengetahuan dibuat, dibagikan, dikembangkan, dan dikonsolidasikan.

Kemudian, transfer pengetahuan juga memainkan peran kunci dalam keberlanjutan perusahaan berbasis teknologi dan keunggulan kompetitif mereka, tetapi juga menciptakan ketegangan dan tantangan yang signifikan.(Donnely, 2019) Untuk mengatasi tantangan ini, bisnis perlu memperluas sumber daya pengetahuan mereka untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap transfer pengetahuan dan dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, transfer pengetahuan merupakan dasar pembelajaran penting untuk kegiatan dan memainkan peran penting dalam mencapai hasil yang berkelanjutan.(Santos-Vijande et al., 2012) Transfer pengetahuan baru tergantung pada beberapa faktor, termasuk kemampuan internal.(Grekova et al., 2016) Kemampuan pembelajaran dan kolaborasi memfasilitasi pembelajaran perusahaan dan meningkatkan transfer pengetahuan.

Dalam hal inovasi berbasis teknologi, transfer pengetahuan, integrasi, dan aplikasi praktis adalah elemen utama untuk pengembangan kemampuan teknologi. Aplikasi pengetahuan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai pengetahuan eksternal yang baru, mengintegrasikan dan mengkomersialkannya, dan memerlukan serangkaian rutinitas untuk mengelola pengetahuan dan efek kolektif dari pembelajaran berkelanjutan di Perusahaan (Tajpour et al., 2022).

Pengalaman global menunjukkan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang teknologi lebih tanggap terhadap pendapat dan gagasan karyawan, kebutuhan inovasi di masyarakat, pendidikan dan penelitian bisnis, serta pusat penelitian dan industri. Dalam hal ini, media sosial menyediakan perlengkapan bagi penggunaannya untuk berbagi pemikiran, minat, dan aktivitasnya. Jejaring sosial juga memungkinkan orang membuat profil publik atau pribadi dan berkomunikasi dengan orang lain. Dalam beberapa tahun terakhir, jejaring sosial seperti Instagram, Facebook dan Telegram menjadi sangat populer karena penggunaan ponsel pintar dan teknologi berkembang lainnya. Dengan kebutuhan yang berbeda-beda seperti memperoleh pengetahuan dan informasi, berkomunikasi dengan orang lain, menghabiskan waktu senggang, bersenang-senang, dan hiburan, para karyawan dan manajer perusahaan berbasis teknologi semakin banyak menggunakan situs-situs ini. Meuasnya penyebaran jejaring sosial di berbagai masyarakat juga berdampak pada lingkungan kerja dan perusahaan. Oleh karena itu, mempelajari media sosial dan dampaknya terhadap keberlanjutan lingkungan kerja di perusahaan berbasis teknologi menjadi penting. Selain itu penggunaan media sosial kini bisa digunakan jauh lebih bermanfaat. Bukan hanya untuk berkirim pesan saja, namun lebih dari itu, media sosial telah dimanfaatkan sebagai media promosi (*market place*) yaitu tempat menawarkan barang dan jasa, yang memungkinkan terjadinya jual beli secara online terhadap sesama pengguna media sosial. Menurut Mayfield, media sosial (*social media*) merupakan suatu inovasi baru dalam dunia digital.

Media sosial memiliki karakteristik antara lain: Participation (keikutsertaan), Openness (keterbukaan), Conversation (percakapan), Community (masyarakat), Connectedness (menghubungkan) (Hasanah et al., 2023). Dalam penelitian ini media sosial dijadikan sebagai variabel intervening karena media sosial mempunyai peranan penting dalam memediasi hubungan knowledge management terhadap sustainability bisnis.

Keberlangsungan usaha merupakan suatu bentuk konsistensi dari suatu usaha, dimana keberlangsungan ini merupakan suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk menjaga kelangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi (ketahanan) usaha. Usaha yang berkelanjutan menghasilkan keuntungan secara konsisten dalam jangka panjang. Model bisnis yang mengoptimalkan penggunaan sumber daya manusia yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dengan cepat dan efisien. Usaha yang berkelanjutan terus berinovasi untuk meningkatkan keberlanjutan operasional. Kemudian menciptakan produk dan layanan yang ramah lingkungan, mencari solusi yang lebih efisien dan berkelanjutan, dan berusaha untuk menjadi pemimpin dalam industri yang dijalankan dalam hal praktik berkelanjutan.

Di Indonesia masih ada para pelaku bisnis yang terhalang dengan kendala dengan minimnya pengetahuan digital marketing. Hal ini mengharuskan masyarakat untuk sadar terhadap teknologi sehingga menuntut para pelaku

bisnis dalam mengikuti kegiatan pelatihan untuk dapat memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai media dalam menjalankan bisnis. Dalam pelaksanaan bisnisnya masih ada pengusaha muslim yang melakukan penjualan secara tradisional, misalnya berjualan langsung di pasar, penjualan secara langsung (*world of mouth*).

Di Pekalongan yang terkenal dengan banyak hasil industri tentunya memiliki peluang yang besar dalam pemanfaatan pemasaran dengan media sosial, Sayangnya tidak semua masyarakat mengetahui tentang peluang pemasaran dengan media sosial. Masih banyak yang kesulitan memikirkan peluang usaha online yang tepat. Pengetahuan masyarakat tentang digital marketing yang kurang, pengusaha konvensional yang kaget dengan keadaan yang baru serta minimnya minat pengusaha konvensional untuk mengembangkan dirinya.

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan di atas, maka peneliti memfokuskan bahasanya pada penciptaan pengetahuan, transfer pengetahuan, pengetahuan aplikasi melalui media sosial terhadap keberlangsungan bisnis di Pekalongan. Maka dari itu terkait masalah di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian dengan judul “Pengaruh Knowledge Management Terhadap Sustainability Business Muslim Melalui Media Sosial Sebagai Variabel Intervening”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Suatu usaha pasti menghadapi ketidakpastian, dan risiko yang disebabkan oleh perubahan lingkungan merupakan masalah utama.
2. Perusahaan berbasis teknologi menghadapi tantangan seperti gejolak, persaingan yang ketat, lingkungan yang tidak dapat diprediksi, dan variasi pasar.
3. Tidak semua masyarakat mengetahui tentang peluang pemasaran dengan media sosial.
4. Masih banyak yang kesulitan memikirkan peluang usaha online yang tepat.
5. Mengingat peran pengetahuan baru dalam kelangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis, pengetahuan yang diciptakan terkadang lebih penting daripada pengetahuan yang sudah ada.
6. Indonesia masih ada para pelaku bisnis yang terhalang dengan kendala dengan minimnya pengetahuan digital marketing.

1.3. Pembatasan Masalah

Identifikasi masalah di atas tidak mungkin diteiti semua oleh peneliti karena adanya keterbatasan baik waktu, tenaga, maupun pikiran. Maka dengan itu adanya batasan penelitian. Batasan penelitian ini terdapat pada variabel yang dapat mempengaruhi *sustainability business* pada usaha kecil di

Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan yaitu variabel *knowledge management* dan media sosial.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah transfer pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability* bisnis?
2. Apakah penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability* business?
3. Apakah media sosial berpengaruh terhadap *sustainability* business?
4. Apakah transfer pengetahuan berpengaruh terhadap media sosial?
5. Apakah penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap media sosial?
6. Apakah transfer pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability* business melalui media sosial?
7. Apakah penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability* business melalui media sosial?

1.5. Tujuan Penelitian

Berlandaskan atas rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *knowledge management* terhadap keberlangsungan bisnis muslim, menganalisis pengaruh langsung *knowledge management* terhadap keberlangsungan bisnis muslim melalui media sosial, dan menganalisis *knowledge management* terhadap keberlangsungan bisnis muslim tanpa melalui media sosial.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat dipergunakan baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai penambah ilmu di bidang ekonomi syariah khususnya bagi perkembangan konsentrasi mengenai Mempertahankan sustainability bisnis dengan Knowledge management, penciptaan pengetahuan, transfer pengetahuan, pengetahuan melalui media sosial sebagai variabel intervaning serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan kepada para pelaku bisnis muslim yang ada di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan terutama dan pelaku bisnis yang ada di Indonesia dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis melalui media sosial sehingga dapat menjangkau semua kalangan dan untuk pembaca diharapkan bisa memberikan gambaran kepada pembaca dan dapat menjadi referensi guna melaksanakan penelitian yang relevan dimasa depan.

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan analisis dari penelitian untuk menguji hubungan antara transfer pengetahuan dan penciptaan pengetahuan terhadap *sustainability business* dengan media sosial sebagai variabel intervening pada bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Transfer pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *sustainability business*. Artinya setiap adanya transfer pengetahuan baik secara vertikal maupun horizontal sangat berdampak bagi *sustainability business* yang dijalankan. Berdasarkan dari hasil tersebut penting bagi para pelaku bisnis muslim di Kecamatan Buaran dalam menerapkan implementasi *knowledge sharing* (transfer pengetahuan) karena dapat berpengaruh pada keberlangsungan usaha yang dijalankan. Selain itu transfer pengetahuan juga dapat berguna bagi para karyawan untuk berbagi informasi dan pengetahuan yang diperlukan dan bertukar pengetahuan untuk mencapai tujuan serta dapat menjadi pemicu peningkatan inovasi karyawan. Praktik *knowledge sharing* difasilitasi oleh struktur, budaya dan sumber daya. Jadi sangat disarankan bagi pelaku usaha baik UMKM maupun Usaha Kecil untuk mengimplementasikan dan meningkatkan *knowledge sharing*.

2. Variabel penciptaan pengetahuan (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *sustainability business*. Artinya bahwa adanya penciptaan pengetahuan dapat memberikan pengaruh terhadap *sustainability business*. Di era sekarang, semakin ketatnya persaingan dalam pasar dewasa ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk mengembangkan kemampuan menciptakan pengetahuan dan nilai tambah usahanya di mata konsumen dalam tujuan mempertahankan keberlangsungan usahanya. Dalam upaya mempertahankan keberlangsungan usahanya saat ini, adalah dengan jalan menawarkan produk yang dapat memberikan kesegaran dan opsi yang baru pada konsumen. Untuk itu diperlukan kemampuan dari para pelaku usaha untuk mengembangkan penciptaan pengetahuan yang baru agar dapat bersaing dengan usaha lain. Pengetahuan dan kemampuan perusahaan menciptakan pengetahuan baru secara terus menerus merupakan sumber daya kunci yang menyebabkan perusahaan mampu bertahan, maka penting memahami proses penciptaan pengetahuan tersebut (Sukmawati, dkk., 2008).
3. Variabel media sosial (Z) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel *sustainability business*. Artinya dengan adanya media sosial maka dapat meningkatkan para pelaku usaha untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya. Hal ini dikarenakan pada era sekarang ini, para pelaku usaha sudah menerapkan digital marketing untuk meningkatkan volume penjualan mereka. Adapun digital marketing tersebut terdiri dari

berbagai platform seperti media sosial. Para pelaku usaha kecil di Kecamatan Buaran memanfaatkan teknologi yaitu media sosial untuk mendorong mempromosikan produknya serta kreatif dalam membuat konten untuk memikat customer dan menciptakan penjualan.

4. Transfer pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel media sosial. Artinya transfer pengetahuan yang dilakukan oleh pelaku bisnis kepada karyawannya dapat berpengaruh untuk meningkatkan pengunjung akun media sosial pelaku usaha tersebut. Ketika terjadi peningkatan pada akun media sosial akan meningkatkan volume penjualan sehingga keberlangsungan usaha akan terus meningkat.
5. Variabel penciptaan pengetahuan (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel media sosial. Artinya penciptaan pengetahuan dapat memungkinkan pelaku bisnis untuk menciptakan berbagai inovasi sehingga dapat meningkatkan pengunjung di media sosial. Media sosial menghubungkan orang dengan latar belakang yang berbeda. Keterhubungan beragam manusia di media sosial membuat perubahan pola pikir, perilaku, dan kebutuhan manusia. Media sosial juga berperan dalam penyebaran informasi dalam menjalankan sebuah usaha.
6. Transfer pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability business* melalui media sosial. Hal ini dapat dijelaskan bahwa transfer pengetahuan yang dilakukan oleh karyawan atau owner pada bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan dengan berdasarkan media sosial maka

akan mampu meningkatkan keberlangsungan usaha pada bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan. Artinya, semakin baik transfer pengetahuan yang dilakukan oleh karyawan ataupun owner dengan didasarkan pada inovasi untuk meningkatkan pemasaran lewat media sosial maka keberlangsungan usaha akan semakin berlanjut.

7. Penciptaan pengetahuan berpengaruh terhadap *sustainability business* melalui media sosial. Hal ini dapat dijelaskan bahwa penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh karyawan pada bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan dengan berdasarkan media sosial maka akan mampu meningkatkan keberlangsungan usaha pada bisnis muslim di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan. Artinya, semakin baik penciptaan pengetahuan yang dilakukan oleh karyawan dengan didasarkan pada inovasi untuk meningkatkan pemasaran lewat media sosial maka keberlangsungan usaha akan semakin berlanjut.

5.2. Implikasi

Penelitian ini merupakan penelitian yang tidak lepas dari keterbatasan, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, yaitu:

1. Dalam penelitian ini, analisis yang dilakukan dibatasi terhadap pengusaha muslim yang ada di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan. Oleh karena itu, hasil yang diperoleh tentu berbeda ketika cakupan responden lebih luas.

2. Penelitian ini dilakukan pada pengusaha muslim yang menggunakan media teknologi dalam menjalankan usahanya, harapannya penelitian di masa depan harus memperluas model yang ada, memasukkan komponen lain, dan menargetkan populasi statistik yang lebih luas.

5.3. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran untuk penelitian-penelitian selanjutnya antara lain :

1. Suatu bisnis agar dapat beroperasi secara efektif dalam menghadapi ancaman, pelaku bisnis dan sistem teknis dalam berbisnis harus dikembangkan. Selain itu, bisnis yang mengandalkan teknologi harus diimbangi dengan manajemen pengetahuan. Agar perusahaan dapat berkembang dalam jangka panjang, pemanfaatan pengetahuan sama pentingnya dengan penciptaan dan transfer pengetahuan.
2. Perusahaan yang menggunakan media sosial harus mengadopsi metode yang berbeda untuk mendorong pelaku bisnis dan karyawan memperoleh keterampilan baru guna menawarkan solusi baru.
3. Para pelaku bisnis harus meningkatkan pengetahuan baru untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan bisnis sehingga bisnis dapat berkembang dan sustainabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, G. (2023). Implementasi Strategi Digital Marketing Dan Knowledge Management Dalam Business Sustainability Umkm Di Masa Pandemi Dan Recovery Covid-19 Perspektif Ekonomi Islam. In *Repository Radenintan* (Vo. 4, Issue 1). UIN Raden Intan Lampung.
- Anggoro, R., Cahyono, B., Kumara, R. B., & Hendarsono, A. (2023). Konsep Masalah Knowledge Dengan Pendekatan Teori Resource Based View Terhadap Kinerja SDM Pada Kegiatan Halal Logistik Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(1).
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha Umkm Milenial. 7, 15582–15603.
- Cant, M. C.; Lightem, A. A. (2003). Small Business Problems In South Africa: Priorities For Entrepreneurial Education. *International Retail And Marketing Review*, 2003.
- Dewi, P. P., & Sudhiksa, I. G. N. P. (2022). Pengaruh Green Innovation, Digital Marketing, Dan Knowledge Management Terhadap Sustainability Business Pada PT. Hatten Bali. *Open Journal System*, 17(1), 17–30.
- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Pada UMKM Sablon Anggi Screen Di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75.
- Eman Sulaiman, Cucu Handayani, & Susi Widyastuti. (2021). Transformasi Digital Technology-Organization-Environment (Toe) Dan Inovasi Difusi E-Business Untuk Umkm Yang Berkelanjutan: Model Konseptual. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 7(1).
- Febriana, T. S., & Soleh, A. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dto Thaitea Bengkulu. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 415–422.
- Firmansyah. (2017). Motivasi Dalam Organisasi Usaha. *Jurnal PROFIT*, 4(2).
- Fuadi, D. (2016). Internasionalisasi {Perguruan} {Tinggi}: {Studi} {Multisitus} Pada {Universitas} {Islam} {Negeri} {Sunan} {Kalijaga} {Yogyakarta}, {Universitas} {Islam} {Indonesia} {Yogyakarta} {Danuniversitas} {Muhammadiyah} {Yogyakarta}. {Disertasi}. *DISERTASI Dan TESIS Program Pascasarjana UM*.

- Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact Of E-Commerce And Digital Marketing Adoption On The Financial And Sustainability Performance Of Msmes During The COVID-19 Pandemic: An Empirical Study. *Sustainability*, 15(2), 1594.
- Ghozali, I. (N.D.). *Structural Equaton Modeng Metode Alternatif Dengan Partial*.
- Ghozali, I. (2011). Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Ghozali, I. (2013). Ghozali, Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS-Imam Ghozali-2018. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hafidhah, Rusnani, R., & Liyanto, L. (2022). Intelectual Capital Dan Kinerja Keuangan Pada UKM Pada Masa Pandemi Covid-19: Apakah Terkait? *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 9(1).
- Hj. Yaakub, M. B. (2011). *Knowledge Management From Islamic Perspective, Revelation And Science Vo. 01 No. 02, Terjemahan*. Department Of Arabic Language And Literature Kulliyyah Of Islamic Revealed Knowledge And Human Sciences International Islamic University Malaysia.
- Jonatan Sarwono. (2015). Analisis Jalur (Path Analysis). *News.Ge, I*.
- Kusumawati, R. (2010). Pengaruh Karakteristik Pimpinan Dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(9), 53–64.
- Masyitoh, S., Azhad, M. N., Program, J. R., Manajemen, S., & Ekonomi, F. (2017). Penerapan Konsep Resource-Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kaauss Pada Artshop Akifani Mutiara Mataram). *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1).
- Natalia, L., & Harris, I. (2022). Pengaruh Knowledge Management Terhadap Total Quality Management Dan Corporate Sustainability Pada Perusahaan Gas Industri. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11(1), 14–26.
- Ni Luh De Erik Trisnawati. (2022). Efektivitas Sistem Pengendalian Internal Sebagai Upaya Menjaga Keberlangsungan Usaha Simpan Pinjam Bumdesa (Studi Kasus Di Bumdesa Sidi Amertha Desa Sangsit). *ARTHA SATYA DHARMA*, 15(1).

- Nisa, N. C., Pratiwi, N. I., & Chandradewi, A. (2023). Peran Media Sosial Dalam Knowledge Management Pada Organisasi: A Literature Review The Role Of Social Media In Knowledge Management In Organizations: A Literature Review. *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, 232(3), 232–246.
- Nugraha, R. W., & Suidiana, K. (2023). *Pengaruh Entrepreneurial Competency , Marketing Capability , Financial Resources , Knowledge Sharing , Technology Usage , Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Pada Binaan Umkm Rumah Kreatif Bumn Bandung*. 10(2), 849–863.
- Sudjiwanati. (2017). Efektivitas Transfer Pengetahuan Terhadap Organizational Citizenship Behavior Dan Inovasi. *Psikovidya*, 21(2).
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.
- Sukma, A. (2018). Perspektif The Resource Based View (Rbv) Dalam Membangun Competitive Advantage. *Ad Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(01).
- Supriyadi, S., Suryani, I., Christian, A., & Rusdi, I. (2023). Pelatihan Desain Katalog Produk Sebagai Media Promosi Pada UMKM Warga Panjibuwono Bekasi. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3).
- Tajpour, M., Hosseini, E., Mohammadi, M., & Bahman-Zangi, B. (2022). The Effect Of Knowledge Management On The Sustainability Of Technology-Driven Businesses In Emerging Markets: The Mediating Role Of Social Media. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14).
- Utomo, M. N., Kaujan, & Pratiwi, S. R. (2019). Peran Kepemilikan Terkonsentrasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Efisiensi Operasional Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(3).
- Vivi, & Harris, I. (2020). Pengaruh Inovasi Lingkungan Dan Inovasi Layanan Pada Kinerja Bisnis Yang Berkelanjutan (Studi Pada Perusahaan Teknologi Di Batam. *Derema (Development Research Of Management): Jurnal Manajemen*, 15(1), 82.
- Wesly, J., Kristiana, V., Bong, T., & Saputra, N. (2021). Pengaruh Digital Leadership, Total Quality Management, Dan Knowledge Management Terhadap Sustainability Management Pada Perusahaan Di DKI Jakarta. *Studi Ilmu Manajemen Dan Organisasi*, 2(2), 97–124.

- Widagdo, S., Rachmaningsih, E. K., & Handayani, Y. I. (2019). Resource Based View: Strategi Bersaing Berbasis Kapabilitas Dan Sumberdaya. In *Mandala Press*.
- Wilda Yulia Rusyida. (2022). Pengaruh Kemampuan Manajerial, Literasi Keuangan, Dan Mitigasi Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Wulandari, E. R., & Nurisani, R. (2020). Model Knowledge Management Di Perpustakaan Universitas Padjadjaran. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 6(1).
- Yanti, V. A., Amanah, S., Muldjono, P., & Asngari, D. P. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha Pelaku UMKM Di Bandung Dan Bogor. *Jurnal Pengkajian Dan Pengembangan Teknologi Pertanian*, 20(2).
- Zhang, B., Ying, L., Khan, M. A., Ali, M., Barykin, S., & Jahanzeb, A. (2023). Sustainable Digital Marketing: Factors Of Adoption Of M-Technologies By Oder Adults In The Chinese Market. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3), 1–19.
- Zhuge, K., Lin, W., Yuan, Y., He, H., & Zhang, Y. (2023). Does Digital Capability Promote Sustainable Development Of New Ventures? The Dual Impact Of Green Knowledge Creation And Green Pressure. *International Journal Of Environmental Research And Public Health*, 20(3).
- Zumali; Suharyadi; S.K, P. (2018). Pengaruh Knowledge Creation, Knowledge Sharing, Dan Knowledge Application Terhadap Pemberdayaankaryawan Tetap Non Dosen (Studi Pada Universitas Mercu Buana). *Jurnal Manajemen Ilmiah Bisnis*, 4(01), 1–20.

Lampiran 1

Pekalongan, 1 Oktober 2023

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Calon Responden
Pemilik Usaha Kecil di Buaran
Kab. Pekalongan

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa semester akhir Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Bermaksud melakukan penelitian guna mengetahui seberapa besar pengaruh manajemen pengetahuan terhadap sustainability bisnis dengan media sosial sebagai variabel intervening pada Usaha Kecil di Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan maka dibutuhkan pendapat dan penilaian dari responden untuk melengkapi penelitian ini. Bersama ini, saya memohon kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini. Sayapun berharap didalam pengisian kuesioner nanti, Bapak/Ibu bisa mengisinya secara jujur dan objektif. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan sangat berarti bagi saya sebagai bahan untuk menyusun laporan penelitian. Perlu juga untuk Bapak/Ibu ketahui, bahwasanya sumber informasi dari kuesioner ini akan terjamin kerahasiaannya. Kemudian, saya berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi salah satu referensi bagi perusahaan kedepan. Akhir kata, saya ucapkan terimakasih kepada Bapak/Ibu karena partisipasi dan kesediannya dalam mengisi kuesioner penelitian saya.

Peneliti

Umi Hanik

LEMBAR KUISIONER

Petunjuk Pengisian:

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan jujur dan objektif
2. Keterangan pilihan:
 - STS : Sangat Tidak Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - N : Netral (Tidak Ada Pendapat)
 - S : Setuju
 - SS : Sangat Setuju
3. Berikan tanda ceklist (√) pada jawaban yang anda anggap benar
4. Berikan jawaban tulis pada pertanyaan yang terdapat titik-titik (.....)
5. Jika ingin memperbaiki jawaban yang salah, beri tanda silang (x) dikotak yang salah, kemudian beri tanda ceklist (√) pada kotak yang benar.
6. Apabila anda mengalami kesulitan dalam pengisian kuesioner ini, silakan bertanya langsung kepada peneliti guna mendapatkan penjelasan.
7. Dimohon agar seluruh pernyataan diisi.

A. Data Responden

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
- 3) Usia :
- 4) Lama Usaha :
- 5) Pendapatan :

B. Pernyataan yang berhubungan dengan Transfer Pengetahuan

Berikan tanda ceklist (√) pada kolom yang sesuai.

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Teknologi sebagai penunjang bisnis saya					
2.	Jika saya mempelajari keahlian atau pengetahuan baru maka saya membaginya dengan rekan kerja saya					
3.	Jika rekan kerja saya mempelajari keahlian atau informasi baru maka ia akan mencatatnya agar pengetahuan tersebut dapat digunakan oleh rekan kerja lainnya termasuk saya.					
4.	Jika menemukan sesuatu yang sulit untuk dijelaskan, saya cenderung mendemonstrasikannya dengan rekan kerja saya.					
5.	Saya akan melakukan budaya yang sama seperti yang dilakukan rekan kerja saya.					

C. Pernyataan yang berhubungan dengan Penciptaan Pengetahuan

Berikan tanda ceklist (√) pada kolom yang sesuai.

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Jika saya mempelajari keahlian atau pengetahuan baru maka saya akan mencatatnya agar pengetahuan tersebut dapat digunakan oleh rekan kerja lainnya.					
2.	Pemilik ingin mengembangkan usahanya dengan konsep baru.					
3.	Pemilik optimis bahwa pengetahuan baru berdampak baik dalam pengembangan usaha.					
4.	Pemilik selalu memiliki cara yang efektif dan efisien dalam bekerja.					
5.	Jika menemukan sesuatu yang sulit untuk dijelaskan, saya cenderung mendemonstrasikannya dengan rekan kerja saya					

D. Pernyataan yang berhubungan dengan Media Sosial

Berikan tanda ceklist (√) pada kolom yang sesuai.

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Media sosial cocok sebagai media berwirausaha saat ini					
2.	Saya menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi dengan pelanggan					
3.	Media sosial digunakan sebagai sarana promosi bagi para wirausaha					
4.	Dengan media sosial wirausaha dapat mengupdate berita terkini tentang pesaing yang sama					



E. Pernyataan yang berhubungan dengan Sustainability Bisnis

Berikan tanda ceklist (√) pada kolom yang sesuai.

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Usaha yang saya jalani selalu profit setiap tahunnya					
2.	Media sosial memberikan peluang investasi untuk dapat mendorong usaha saya					
3.	Media sosial merupakan alat promosi bagi usaha saya untuk meningkatkan laba					
4.	Management pengetahuan yang dimiliki oleh sumberdaya manusia akan meningkatkan keberlangsungan usaha saya					
5.	Efisiensi biaya dapat menjamin keberlangsungan usaha yang saya miliki					

Lampiran 2

Hasil Uji Validitas Sementara
Tabel 1.4
Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Corrected Item – Total Correlation (rhitung)</i>	R table	Keterangan
Transfer Pengetahuan (X1)	X1.1	0,531	0,36	Valid
	X1.2	0,865	0,36	Valid
	X1.3	0,719	0,36	Valid
	X1.4	0,767	0,36	Valid
	X1.5	0,546	0,36	Valid
	Total X1	1	0,36	Valid
Penciptan Pengetahuan (X2)	X2.1	0,854	0,36	Valid
	X2.2	0,783	0,36	Valid
	X2.3	0,748	0,36	Valid
	X2.4	0,787	0,36	Valid
	X2.5	0,675	0,36	Valid
	Total X2	1	0,36	Valid
Media sosial (Z)	Z.1	0,803	0,36	Valid
	Z.2	0,827	0,36	Valid
	Z.3	0,806	0,36	Valid
	Z.4	0,719	0,36	Valid
	Total Z	1	0,36	Valid
Sustainability Bisnis (Y)	Y.1	0,815	0,36	Valid
	Y.2	0,783	0,36	Valid
	Y.3	0,743	0,36	Valid
	Y.4	0,535	0,36	Valid
	Total Y	1	0,36	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023

Lampiran 3

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 1.5
Uji Reliabilitas

Variabel	Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Transfer Pengetahuan (X1)	X1.1 s.d X1.5	0,727	Reliabel
Penciptan Pengetahuan (X2)	X2.1 s.d X2.5	0,818	Reliabel
Media sosial (Z)	Z.1 s.d Z.4	0,782	Reliabel
Sustainability Bisnis (Y)	Y.1 s.d Y.4	0,672	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2023



Lampiran 4

No.	Nama	Jenis kelamin	Usia	Lama Usaha	Pendapatan
1	Doni	1	30	4	6000000,00
2	Rodhiyah	2	47	2	5600000,00
3	Husen efendi	1	30	3	4000000,00
4	Hafsari Dewi Tafana	2	25	3	4000000,00
5	Hasan Fasani	1	31	4	5000000,00
6	Desi anung pratiwi	2	35	7	5000000,00
7	Nur sakinah	2	28	1	2000000,00
8	Widad Diana	2	27	1	2000000,00
9	Tatik Setianingsih	2	34	16	10000000,00
10	Sarah Risqi Kamilah	2	27	3	3000000,00
11	Didik Basuki	1	31	1	4000000,00
12	Sunoto	1	29	2	5000000,00
13	Mazaya	2	27	5	3400000,00
14	Rifki Maulana	1	24	1	4300000,00
15	jumkhan	1	35	10	10000000,00
16	Hanif abdillah	1	23	2	2000000,00
17	Tia	2	27	1	2000000,00
18	Abdul Majid	1	28	5	5000000,00
19	Yazid Akmal	1	24	1	2000000,00
20	Dewi mashitoh	2	18	2	2000000,00
21	A. Rozy Faz	1	40	2	2000000,00
22	Ferawati	2	30	5	6000000,00
23	Rani Maghfiroh	2	27	3	2000000,00
24	Sari	2	24	2	2000000,00
25	Ariyadi	1	30	3	3000000,00
26	Hikmah	2	27	1,5	7000000,00
27	Gilang Rifqi Aji	1	31	1,5	8000000,00
28	Tri wahyu indarti	2	31	5	6000000,00
29	Slamet Nurحامid	1	30	5	5000000,00
30	Eka Febriana	2	29	1	2000000,00
31	Saniyah	2	24	2	4000000,00
32	Alfin Rokhmah	2	23	2	2000000,00
33	Saadah	2	24	2	3000000,00

34	Ayu Berlina Sari	2	34	14	10000000,00
35	M. Faris Oktaviani	1	31	5	4000000,00
36	Hemi Hatlani	1	30	5	5000000,00
37	Dewi Ulyani	2	29	10	10000000,00
38	Malik Abdul Aziz	1	28	2	4000000,00
39	Zaenal Abidin	1	26	2	2000000,00
40	Stela Seviani	2	26	1	2000000,00
41	Mundiroh	2	34	5	4000000,00
42	Wati	2	50	15	10000000,00
43	Royan Firdaus	1	32	3	2000000,00
44	M. Amri	1	35	5	5000000,00
45	Zaenal Arifin	1	31	4	2000000,00
46	M. Al Fairus	1	35	10	8000000,00
47	Kusmawati	2	46	5	3000000,00
48	M. Haidar	1	29	3	2000000,00
49	Nur Laela	2	35	6	7000000,00
50	Nur Jamil	1	40	7	8000000,00
51	Romadhon	1	32	5	4000000,00
52	Nafi' Ma'ruf	1	34	3	2000000,00
53	H. Mustofa	1	49	15	10000000,00
54	Edi Firdaus	1	38	8	8000000,00
55	Risqiana	2	29	4	3000000,00
56	Miftahurrohman	1	35	7	10000000,00
57	H. Yusuf	1	51	12	14000000,00
58	Murtadho	1	37	4	5000000,00
59	H. Alimin	1	56	5	8000000,00
60	Bambang Raharjo	1	34	7	9000000,00
61	Rusdiyanto	1	28	4	5000000,00
62	Hj. Zulaikha	2	35	12	8000000,00
63	Putri Amalia	2	23	3	2000000,00
64	Nurul Qomariyah	2	27	6	4000000,00
65	Djaelani	1	34	8	5000000,00
66	Ainur Rifqi	1	29	3	2500000,00
67	Taufiqurrohman	1	45	9	7500000,00
68	Mursalin	1	29	3	4000000,00
69	Indah Lestari	2	25	2	1500000,00
70	Susilowati	2	27	5	3500000,00

71	Jatmiko	1	35	7	10000000,00
72	Nur Atina	2	32	5	6000000,00
73	Yuliawati	2	36	3	4500000,00
74	Rozikin	1	37	8	7500000,00
75	Retnani Latifah	2	29	2	1500000,00
76	Zaenab	2	45	5	4000000,00
77	Khoidah	2	35	3	2300000,00
78	Surati	2	42	7	7000000,00
79	Nafaroh	2	32	6	6500000,00
80	Barit Baroroh	1	56	9	11500000,00
81	M. Syukron	1	34	3	2500000,00
82	Bayu Aji	1	28	2	1500000,00
83	Nur Cholis	1	29	5	3000000,00
84	Windi Rohmawati	2	45	8	4000000,00
85	Dewi Anisah	2	32	5	4500000,00
86	Anis Zubaidah	2	35	9	7800000,00
87	Anis Fitriyah	2	26	2	1000000,00
88	Laela Zahrotunnisa	2	30	5	3500000,00
89	Mustaghfiroh	2	37	6	9000000,00
90	Abdul Kholiq	1	48	7	8000000,00
91	Faqih Eko Prasetyo	1	36	7	5000000,00
92	Manarul	1	31	6	4000000,00
93	Fahmi Arif	1	45	2	1500000,00
94	Slamet Fitriani	2	35	4	3000000,00
95	Khoirunnida	1	29	5	4500000,00
96	Agus Salim	1	35	8	3000000,00
97	Septi Firman	1	32	4	2000000,00

Lampiran 5

Data Mentah Kuesioner

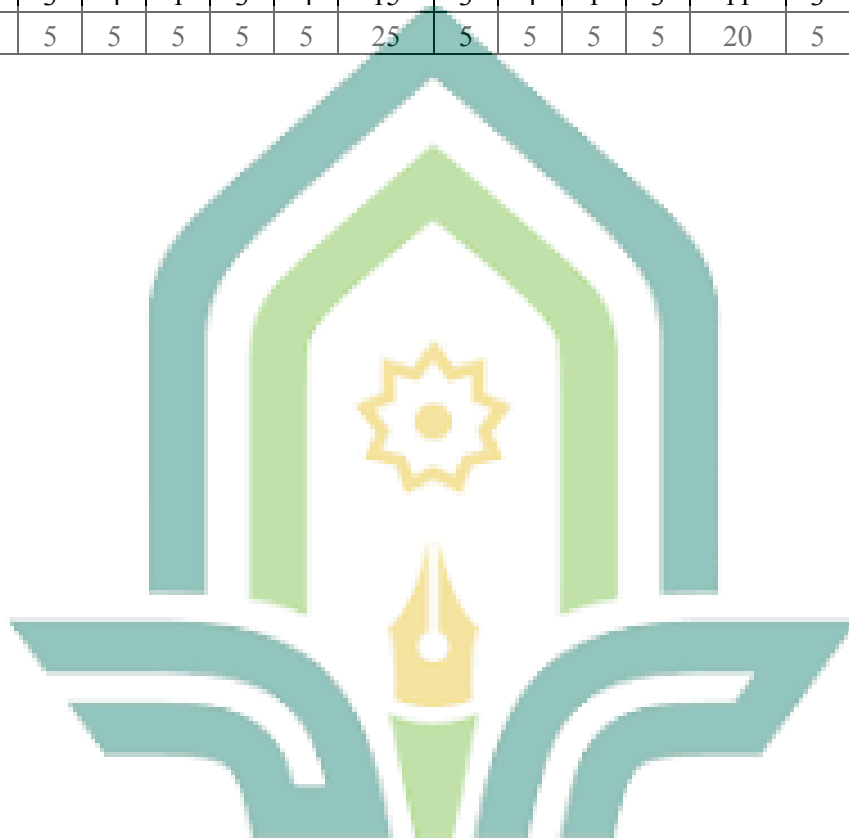
No.	X1					Total XI	X2					Total X2	Z				Total Z	Y					Total Y
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4		1	2	3	4	5	
1	5	4	5	5	5	24	5	3	5	5	4	22	4	3	4	4	15	5	4	5	5	5	24
2	3	2	2	2	3	12	5	5	3	4	4	21	5	3	2	4	14	3	2	2	2	3	12
3	5	3	3	3	4	18	4	4	4	5	5	22	4	3	3	3	13	5	3	3	3	4	18
4	4	3	3	3	4	17	5	5	5	5	5	25	4	3	4	3	14	4	3	3	3	4	17
5	4	3	3	3	4	17	4	5	5	5	5	24	5	4	5	5	19	4	3	3	3	4	17
6	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	3	3	3	14	5	4	5	5	5	24
7	2	2	2	1	2	9	2	2	1	2	3	10	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	19
8	1	3	1	1	3	9	1	2	1	2	1	7	4	4	4	5	17	4	4	4	4	5	21
9	2	2	3	1	2	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
10	2	2	2	2	2	10	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	18	5	5	4	4	3	21
11	2	2	1	2	3	10	5	5	5	5	4	24	2	2	1	2	7	4	4	3	4	2	17
12	1	2	1	2	1	7	4	4	4	1	1	14	1	2	1	2	6	4	4	4	4	4	20
13	2	3	2	2	2	11	4	4	4	4	3	19	2	3	2	2	9	4	3	4	4	2	17
14	2	2	2	1	2	9	4	4	4	4	5	21	2	2	2	1	7	2	2	2	1	2	9
15	1	3	1	1	3	9	3	3	3	3	3	15	1	3	1	1	6	1	3	1	1	3	9
16	2	2	3	1	2	10	5	5	5	5	5	25	2	2	3	1	8	2	2	3	1	2	10
17	2	2	2	2	2	10	5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10
18	4	4	4	1	1	14	4	5	5	5	5	24	4	4	4	1	13	4	4	4	1	1	14
19	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	21	3	5	5	5	18	3	5	5	5	5	23

21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	5	4	5	17	3	5	4	5	5	22
22	5	5	4	4	3	21	5	5	5	5	5	25	5	3	2	3	13	5	5	5	5	5	25
23	4	4	3	4	2	17	3	5	5	5	5	23	4	3	4	4	15	3	5	5	5	5	23
24	5	3	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
25	4	3	4	4	2	17	2	2	2	2	5	13	3	2	2	2	9	5	5	5	5	5	25
26	2	2	2	1	2	9	4	4	4	1	5	18	5	3	3	3	14	5	5	5	5	5	25
27	1	3	1	1	3	9	3	3	3	3	5	17	4	3	3	3	13	5	5	5	5	5	25
28	2	2	3	1	2	10	3	5	5	5	2	20	5	4	5	5	19	5	2	3	3	2	15
29	2	2	2	2	2	10	3	5	4	5	5	22	4	3	3	3	10	5	4	5	5	5	24
30	4	4	4	1	1	14	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15
31	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
32	4	3	4	4	4	19	5	5	5	4	5	24	4	3	4	4	15	5	5	5	5	4	24
33	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	2	2	2	1	7	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	1	3	1	1	6	4	5	5	5	5	24
35	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	2	2	3	1	8	5	5	5	5	5	25
36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	2	2	2	2	8	5	5	5	5	5	25
37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	1	13	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
39	5	2	3	3	2	15	5	2	3	3	2	15	5	2	3	3	13	5	2	3	3	2	15
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

46	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
48	3	5	5	5	5	23	3	5	5	5	5	23	3	5	5	5	18	3	5	5	5	5	23
49	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
53	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	20
54	2	2	1	1	1	7	5	5	5	5	5	25	2	2	1	1	6	5	5	5	5	5	25
55	3	4	2	2	2	13	5	5	5	5	5	25	3	4	2	2	11	5	5	5	5	5	25
56	1	3	2	2	1	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
57	2	3	2	2	2	11	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
58	1	2	4	3	1	11	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	23
59	3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
61	5	3	2	3	4	17	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
62	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
63	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	4	4	4	3	15	5	5	5	5	4	24
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	3	2	3	13	5	5	5	5	5	25
65	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	3	5	3	5	16	4	5	5	5	5	24
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
67	3	4	3	4	3	17	3	4	3	4	3	17	3	4	4	4	15	3	4	3	4	3	17
68	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10
69	3	1	3	3	3	13	3	1	3	3	3	13	3	1	3	3	10	3	1	3	3	3	13
70	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	11	3	4	1	3	4	15

71	1	1	1	2	2	7	1	1	1	2	2	7	1	1	1	2	5	1	1	1	2	2	7
72	1	1	2	3	2	9	1	1	2	3	2	9	1	1	2	3	7	1	1	2	3	2	9
73	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5
74	3	3	5	2	2	15	3	3	5	2	2	15	3	3	5	2	13	3	3	5	2	2	15
75	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
76	2	2	3	3	2	12	5	5	5	5	5	25	2	2	3	3	10	5	5	5	5	5	25
77	3	2	2	2	2	11	5	5	5	5	5	25	3	2	2	2	9	5	5	5	5	5	25
78	2	2	3	1	1	9	2	2	3	1	1	9	2	2	3	1	8	2	2	3	1	1	9
79	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	13	3	3	3	4	3	16
80	4	5	3	4	5	21	4	5	3	4	5	21	4	5	3	4	16	4	5	3	4	5	21
81	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	2	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	2	22
82	2	3	2	2	2	11	2	3	2	2	2	11	2	3	2	2	9	2	3	2	2	2	11
83	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
84	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
85	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	11	3	4	1	3	4	15
86	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
87	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	24
88	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
89	3	3	3	5	5	19	3	3	3	5	5	19	3	3	3	5	14	3	3	3	5	5	19
90	3	5	5	2	5	20	3	5	5	2	5	20	3	5	5	2	15	3	5	5	2	5	20
91	2	2	2	3	4	13	2	2	2	3	4	13	2	2	2	3	9	2	2	2	3	4	13
92	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
93	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
94	3	2	1	3	2	11	3	2	1	3	2	11	3	2	1	3	9	3	2	1	3	2	11
95	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

96	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	4	15	3	4	1	3	11	3	4	1	3	4	15
97	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25



Lampiran 6

Output Uji Validitas
Hasil Output Uji Validitas X1

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.777**	.792**	.804**	.721**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.777**	1	.767**	.771**	.753**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.792**	.767**	1	.779**	.650**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.804**	.771**	.779**	1	.810**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.721**	.753**	.650**	.810**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOTALX1	Pearson Correlation	.909**	.900**	.887**	.928**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Output Uji Validitas X2

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.807**	.814**	.759**	.658**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.807**	1	.815**	.788**	.734**	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.814**	.815**	1	.761**	.635**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.759**	.788**	.761**	1	.716**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.658**	.734**	.635**	.716**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOTALX2	Pearson Correlation	.902**	.927**	.904**	.900**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Output Uji Validitas Z

		Correlations				
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	TOTALZ
Z.1	Pearson Correlation	1	.708**	.739**	.737**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	96	97
Z.2	Pearson Correlation	.708**	1	.761**	.757**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	96	97
Z.3	Pearson Correlation	.739**	.761**	1	.740**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	96	97
Z.4	Pearson Correlation	.737**	.757**	.740**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
TOTALZ	Pearson Correlation	.879**	.894**	.905**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	96	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hasil Output Uji Validitas Y

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTALY
Y.1	Pearson Correlation	1	.750**	.794**	.781**	.643**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.750**	1	.809**	.817**	.796**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.794**	.809**	1	.794**	.691**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.781**	.817**	.794**	1	.816**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.643**	.796**	.691**	.816**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOTALY	Pearson Correlation	.877**	.924**	.908**	.932**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	5

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	5

Uji Reliabilitas Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	4

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	5

Lampiran 8

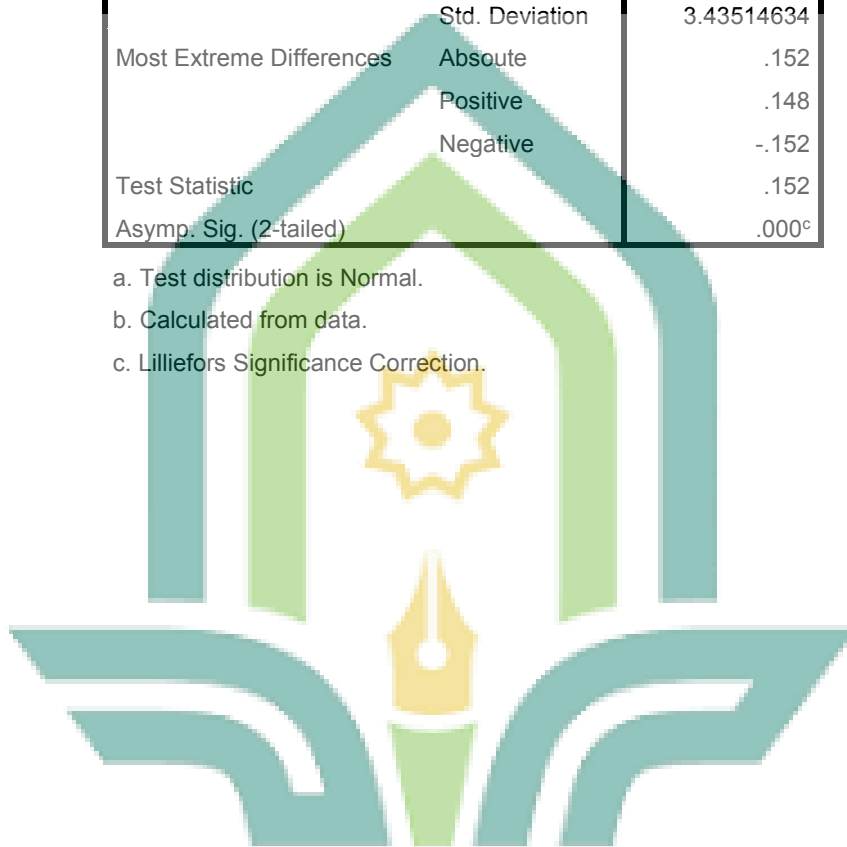
Output Hasil Uji Normalitas
One-Sample Komogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.43514634
Most Extreme Differences	Absoute	.152
	Positive	.148
	Negative	-.152
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 9

Output Hasil Uji Linieritas

Uji Linearitas X1

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY *	Between	(Combined)	1508.576	18	83.810	4.379	.000
TOTALX1	Groups	Linearity	1265.631	1	1265.631	66.135	.000
		Deviation from Linearity	242.945	17	14.291	.747	.746
	Within Groups		1492.682	78	19.137		
	Total		3001.258	96			

Uji Linearitas X2

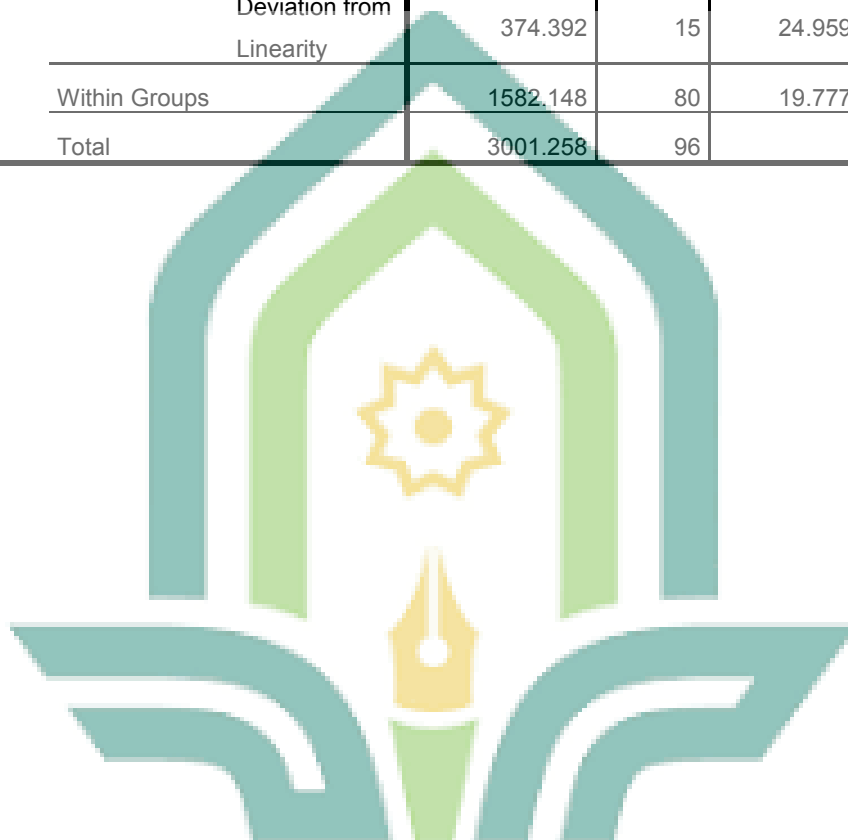
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY *	Between	(Combined)	1870.572	17	110.034	7.688	.000
TOTALX2	Groups	Linearity	1582.889	1	1582.889	110.595	.000
		Deviation from Linearity	287.683	16	17.980	1.256	.247
	Within Groups		1130.685	79	14.312		
	Total		3001.258	96			

Uji Linearitas Z

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
TOTALY *	Between	(Combined)	1419.109	16	88.694	4.485	.000
TOTALZ	Groups	Linearity	1044.717	1	1044.717	52.825	.000
		Deviation from Linearity	374.392	15	24.959	1.262	.246
	Within Groups		1582.148	80	19.777		
	Total		3001.258	96			



Lampiran 10

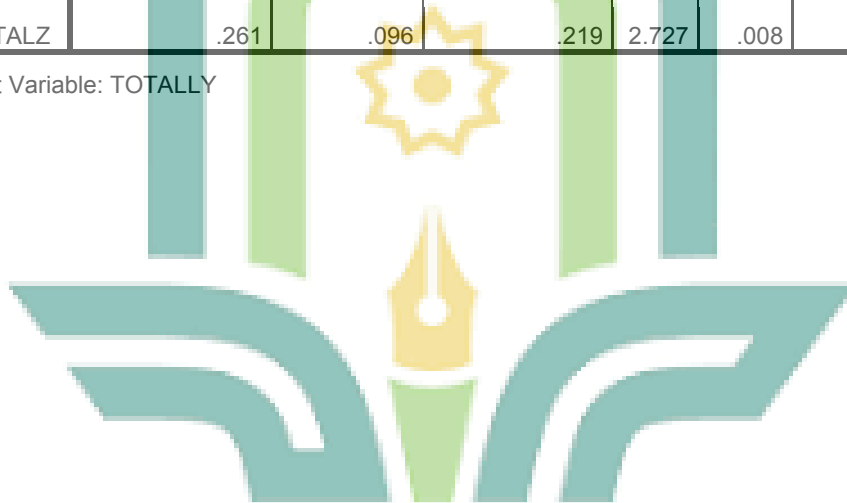
Output Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

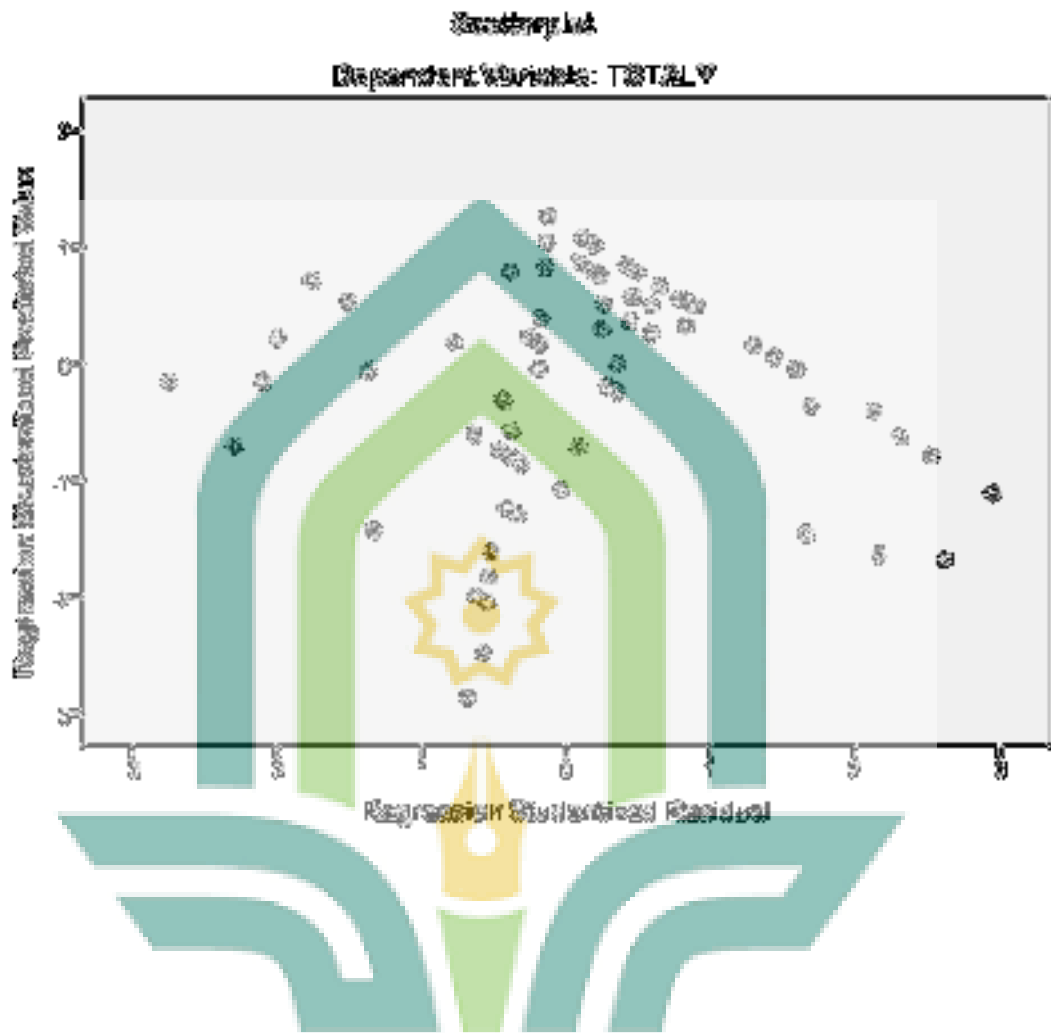
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.721	1.454		1.872	.064		
	TOTALX 1	.207	.081	.228	2.572	.012	.518	1.929
	TOTALX 2	.493	.086	.476	5.724	.000	.588	1.702
	TOTALZ	.261	.096	.219	2.727	.008	.629	1.591

a. Dependent Variable: TOTALLY



Lampiran 11

Output Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 12

Output Uji Substruktural I Hasil Output Uji Substruktural I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.224	1.506		2.804	.006
	TOTALX1	.338	.080	.441	4.241	.000
	TOTALX2	.198	.091	.228	2.192	.031

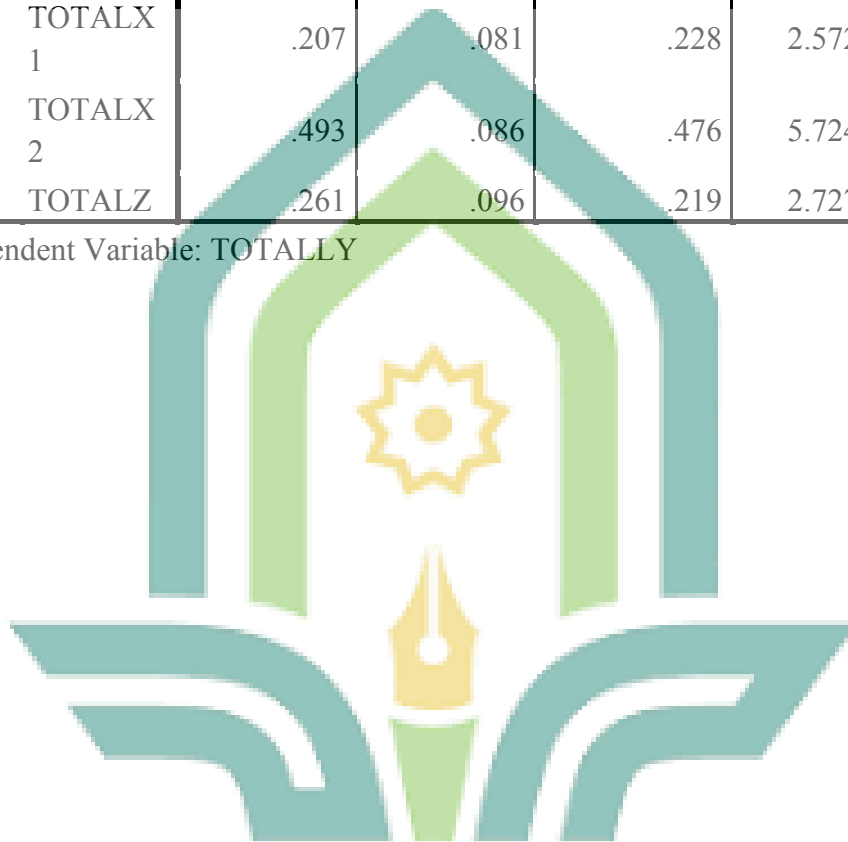
a. Dependent Variable: TOTALZ

Lampiran 13

Hasil Output Uji Substruktural II
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.721	1.454		1.872	.064
	TOTALX 1	.207	.081	.228	2.572	.012
	TOTALX 2	.493	.086	.476	5.724	.000
	TOTALZ	.261	.096	.219	2.727	.008

a. ependent Variable: TOTALLY



Lampiran 14

Hasil Output Uji Koefisien Substruktural I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.358	3.765

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Sumber: Data primer yang diolah, 2024



Lampiran 15

Hasil Output Uji Koefisien Substruktural II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.623	.610	3.490

a. Predictors: (Constant), TOTALZ, TOTALX2, TOTALX1



Lampiran 16

Output Tabel T Hitung

Uji T Regresi Berganda I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.721	1.454		1.872	.064
	TOTALX 1	.207	.081	.228	2.572	.012
	TOTALX 2	.493	.086	.476	5.724	.000
	TOTALZ	.261	.096	.219	2.727	.008

a. Dependent Variable: TOTALLY

Hasil Uji Regresi Linier Berganda II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.224	1.506		2.804	.006
	TOTALX1	.338	.080	.441	4.241	.000
	TOTALX2	.198	.091	.228	2.192	.031

a. Dependent Variable: TOTALZ

Lampiran 17

DOKUMENTASI





Lampiran 18

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas Penulis

Nama : Umi Hanik
 Tempat dan Tanggal Lahir : Pekalongan, 18 Februari 1994
 Agama : Islam
 Alamat : Desa Bugangan RT 05/ RW 03 No.184
 Kecamatan Kedungwuni
 Kabupaten Pekalongan

II. Identitas Orang Tua

a. Ayah
 Nama : Alimin
 Pekerjaan : Buruh
 Alamat : Jl. Sapugarut Gg.10 RT 01/RW.02 No.53
 Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan

b. Ibu
 Nama : Intikha
 Pekerjaan : Mengurus Ruamh Tangga
 Alamat : Jl. Sapugarut Gg.10 RT 01/RW.02 No.53
 Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan

c. Saudara Kandung
 Nama : M. Khoirul Ibaad
 Pekerjaan : Karyawan Swasta
 Alamat : Jl. Sapugarut Gg.10 RT 01/RW.02 No.53
 Kecamatan Buaran Kabupaten Pekalongan

III. Riwayat Pendidikan

- a. MIS BLIGO Kab.Pekalongan (2000 s.d 2006)
- b. SMP Negeri 15 Kota Pekalongan (2006 s.d 2009)
- c. SMK Negeri 2 Kota Pekalongan Jurusan Pemasaran (2009 s.d 2012)
- d. IAIN Pekalongan Jurusan Ekonomi Syariah (2013 s.d 2018)
- e. UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Jurusan Magister Ekonomi Syariah (2022 s.d 2024)

IV. Riwayat Pekerjaan

- a. BIMBEL MANUNGGAL (2016-2020)
- b. KB AL-HIKAM IV (2018 s.d 2020)
- c. SMK ISLAMIYAH SAPUGARUT (2020 s.d sekarang)