

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI PEMASARAN DIGITAL,
DAN IKLAN BERBAYAR TERHADAP PERTUMBUHAN
USAHA MIKRO DI KABUPATEN CIREBON**

SKRIPSI

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



Oleh:

ANISAH

NIM: 2108204127

**KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

1446 H / 2025 M

ABSTRAK

Anisah (2108204127): Pengaruh Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, dan Iklan Berbayar Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro di Kabupaten Cirebon.

Program yang diluncurkan oleh pemerintah Indonesia, UMKM Go Digital telah menunjukkan hasil yang memuaskan dalam beberapa tahun terakhir. Di tahun 2020-2023, jumlah digitalisasi terus melebihi target dan terus berkembang. Akibatnya, tidak hanya akan mempercepat perkembangan tetapi juga akan mendorong pertumbuhan ekonomi digital Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh media sosial, strategi pemasaran digital, dan iklan berbayar terhadap pertumbuhan usaha mikro di Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan variabel bebas yang meliputi Media Sosial (X1), Strategi Pemasaran Digital (X2), dan Iklan Berbayar (X3), dengan variabel terikat Pertumbuhan Usaha Mikro (Y).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi pelaku usaha mikro di Kabupaten Cirebon. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner. Populasi pada penelitian ini 39.992 pelaku UMKM. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden pelaku UMKM di kabupaten Cirebon dihitung dengan rumus *Taro Yamane* dengan *proportionate random sampling* untuk menentukan jumlah masing-masing sampel berdasarkan Tingkat jurusan. Metode analisis deskriptif dan regresi linear berganda menggunakan SPSS 26.

Nilai Fhitung 9.832 dan Ftabel 2.70 ditemukan dalam hasil uji F simultan pada tabel 4.18, yang menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Akibatnya, H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengujian tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM di era digital dipengaruhi secara signifikan oleh media sosial, strategi pemasaran digital, dan iklan berbayar. Dengan demikian ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat pertumbuhan UMKM secara bersamaan atau simultan.

Kata Kunci: Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, dan Iklan Berbayar.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

ABSTRACT

Anisah (2108204127): The Influence of Social Media, Digital Marketing Strategies, and Paid Advertising on the Growth of Mikkro Business in Cirebon Regency.

The program launched by the Indonesian government, MSMEs Go Digital has shown satisfactory results in recent years. In 2020-2023, the number of digitalizations continues to exceed the target and continues to grow. As a result, it will not only accelerate development but will also encourage the growth of Indonesia's digital economy as a whole.

This study aims to examine and analyze the influence of social media, digital marketing strategies, and paid advertising on the growth of micro businesses in Cirebon Regency. This study uses independent variables which include Social Media (X1), Digital Marketing Strategy (X2), and Paid Advertising (X3), with the bound variable Micro Business Growth (Y).

This study uses a quantitative approach with the population of micro business actors in Cirebon Regency. Data collection was carried out using observations, interviews, and questionnaires. The population in this study is 39,992 MSME actors. The number of samples in this study is 100 respondents of MSME actors in Cirebon district calculated using *the Taro Yamane* formula with *proportionate random sampling* to determine the number of each sample based on the level of major. Descriptive analysis methods and multiple linear regression using SPSS 26.

The value of F_{cal} 9.832 and F_{table} 2.70 was found in the results of the simultaneous F test in table 4.18, which shows that $F_{cal} > F_{table}$ with a significant level of $0.000 < 0.05$. As a result, H_0 is rejected and H_a is accepted. The test shows that the growth of MSMEs in the digital era is significantly influenced by social media, digital marketing strategies, and paid advertising. Thus, these three variables affect the variables tied to the growth of MSMEs simultaneously or simultaneously.

Keywords: Social Media, Digital Marketing Strategy, and Paid Advertising.

الملخص

أنيسة (2108204127): تأثير وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التسويق الرقمي والإعلانات المدفوعة على نمو أعمال ميكرو في Cirebon Regency.

أظهر البرنامج الذي أطلقته الحكومة الإندونيسية ، الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة ، Go Digital ، نتائج مرضية في السنوات الأخيرة. في 2020-2023 ، يستمر عدد الرقمنة في تجاوز الهدف ويستمر في النمو. نتيجة لذلك ، لن يؤدي ذلك إلى تسريع التنمية فحسب ، بل سيشجع أيضا نمو الاقتصاد الرقمي في إندونيسيا ككل.

تهدف هذه الدراسة إلى فحص وتحليل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التسويق الرقمي والإعلانات المدفوعة على نمو الشركات متناهية الصغر في Cirebon Regency. تستخدم هذه الدراسة متغيرات مستقلة تشمل وسائل التواصل الاجتماعي (X1) واستراتيجية التسويق الرقمي (X2) والإعلان المدفوع (X3) ، مع المتغير المرتبط نمو الأعمال الصغيرة (Y).

تستخدم هذه الدراسة نهجا كميا مع السكان الفاعلين في مجال الأعمال الصغيرة في Cirebon Regency. تم جمع البيانات باستخدام الملاحظات والمقابلات والاستبيانات. يبلغ عدد السكان في هذه الدراسة 39,992 من الجهات الفاعلة في الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة. عدد العينات في هذه الدراسة هو 100 مستجيب من الجهات الفاعلة المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منطقة سيربون محسوبة باستخدام صيغة تارو ياماني مع أخذ عينات عشوائية متناسبة لتحديد عدد كل عينة بناء على مستوى التخصص. طرق التحليل الوصفي والانحدار الخطي المتعدد باستخدام SPSS 26.

تم العثور على قيمة $F_{cal} 9.832$ و $F_{table} 2.70$ في نتائج اختبار F المتزامن في الجدول 4.18 ، مما يبين أن $F_{cal} > F_{table}$ بمستوى معنوي قدره $0.000 > 0.05$. نتيجة لذلك ، يتم رفض H_0 ويتم قبول H_a . يظهر الاختبار أن نمو الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في العصر الرقمي يتأثر بشكل كبير بوسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التسويق الرقمي والإعلانات المدفوعة. وبالتالي ، تؤثر هذه المتغيرات الثلاثة على المتغيرات المرتبطة بنمو الشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في وقت واحد أو في وقت واحد.

الكلمات المفتاحية: وسائل التواصل الاجتماعي واستراتيجيات التسويق الرقمي والإعلانات المدفوعة.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

**PERSETUJUAN PEMBIMBING
SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI PEMASARAN DIGITAL, DAN
IKLAN BERBAYAR TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DI
KABUPATEN CIREBON**

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh:

ANISAH

NIM 2108204127

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Layaman, S.E., MSi.

NIP. 19721007 201101 1 002


Dr. H. Edy Setyawan, Lc, MA.

NIP. 19770405 200501 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


H. Achmad Otong Basthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon

Di

Cirebon

Assalamualaium Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melaukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudari **ANISAH, NIM: 2108204127** dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, Dan Iklan Berbayar Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Era Digital”**. Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqasyahkan.

Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Layanap, S.E., MSi.

NIP. 19721007 201101 1 002

Dr. H. Edy Setyawan, Lc, MA.

NIP. 19770405 200501 1 003

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

H. Achmad Otong Prasthomi, Lc., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, Dan Iklan Berbayar Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro di Kabupaten Cirebon**”, oleh **ANISAH** dengan **NIM. 2108204127**, telah diajukan dalam sidang *munaqosyah* Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 17 Maret 2025

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

Cirebon, 17 Maret 2025

Sidang Munaqosyah



Ketua Sidang

H. Achmad Otong Isthomoni, Lc., M.Ag.

NIP. 19731223 200701 1 022

Sekretaris Sidang

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

NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Abdul Muizz A.W.K.A, M.Si

NIP. 19870827 201903 1 009

Penguji II

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

NIP. 19731125 201411 1 002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisah
NIM : 2108204127
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 03 Desember 2002
Alamat : Blok Teratai RT. 02 RW. 03 Desa Waruroyom
Kec. Depok Kab. Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL, STRATEGI PEMASARAN DIGITAL, DAN IKLAN BERBAYAR TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA MIKRO DI KABUPATEN CIREBON”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapatan atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 17 Februari 2025

Saya yang menyatakan,



Anisah

NIM. 2108204127

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan hamdalah dan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berharga ini dengan tepat waktu. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dan panutan seluruh umatnya. Dengan segala kerendahan hati, rasa haru dan bahagia, saya persembahkan karya sederhana ini sebagai bukti ketulusan, cinta kasih dan rasa hormat tak terhingga kepada:

Kedua orang tua terinta, bapak dan mamah sosok bapak dan mamah yang terhebat yang selama ini merawat, membesarkan serta mendidik anak-anaknya sampai dewasa bahkan sampai akhir hayatnya. Selalu memberikan doa, kasih sayang, nasehat serta dukungan yang tiada henti dan selalu menjadi sumber semangat bagiku dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih yang tak terhingga dari dalam hati dengan tulus dan rasa syukur atas segala pengorbanan yang telah bapak dan mamah berikan dengan penuh keikhlasan sehingga sampai titik ini serta dukungan dan kepercayaan bahwa putrimu akan berhasil dan bisa mengangkat derajat keluarga. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan dan keselamatan kepadamu, bapak dan mamahku. Semoga ini menjadi langkah baru untuk bisa membuat kalian bahagia dan bangga terhadap putri bungsumu ini.

Selanjutnya, saya persembahkan keberhasilan ini untuk kakakku tercinta a mono yang selalu memberikan dukungan dan doa. Semoga dari keberhasilanku ini menjadi salah satu kebahagiaan dan kebanggaan untukmu. Saya ucapkan terimakasih kepada sepupuku Ibnu Khawarizmi yang nakal dan menggemaskan yang selalu menjadi semangat bagiku serta keluarga besar yang selalu mendoakan, mendukung dan memotivasi saya.

Tidak lupa pula, ucapan terimakasih untuk dosen pembimbing 1 dan 2, ketua jurusan dan seluruh dosen serta staff jurusan Ekonomi Syariah yang telah membimbing, mendidik, mengarahkan dan memberikan ilmunya. Untuk teman-teman seperjuang di grup YTTA, grup Trisquad, grup folan gahe, dan grup bestai dan teman seperbimbingan dan sepermainan.

Terakhir untuk diri saya sendiri, Anisah terimakasih banyak sudah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini, terimakasih untuk tidak menyerah dan bisa bertahan serta menyenangkan diri sendiri dengan hal-hal kecil demi keberlangsungan proses penyusunan skripsi ini berjalan lancar. Bismillah semoga segala kesuksesan yang dicita-citakan bisa terwujud satu demi satu atas ridho Allah SWT dan semoga senantiasa berada dalam lindungan-Nya.



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

MOTTO

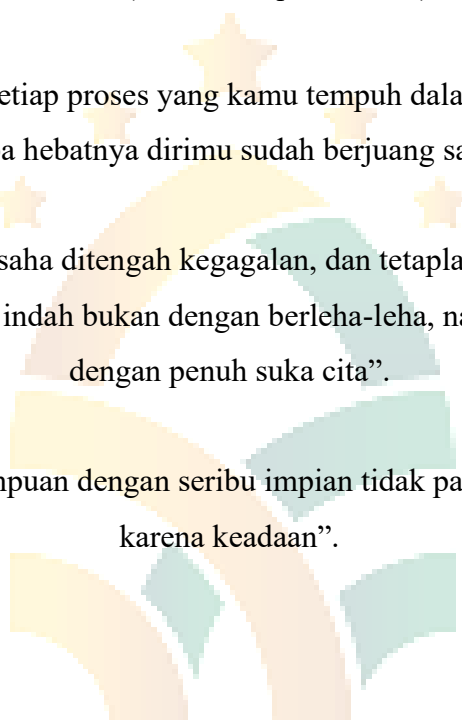
“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

(QS. Al-Baqarah 2:286)

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tahu betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini”.

“Tetaplah berusaha ditengah kegagalan, dan tetaplah kuat di tengah badai cobaan. Hidup yang indah bukan dengan berleha-leha, namun diperjuangkan dengan penuh suka cita”.

“Anak perempuan dengan seribu impian tidak pantas tumbang hanya karena keadaan”.



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis lahir di Cirebon pada tanggal 03 Desember 2002. Dengan penuh harapan dan doa baik, penulis diberi nama Anisah yang berperan sebagai anak bungsu dari dua bersaudara, dibesarkan dengan kasih sayang dan cinta oleh pasangan Bapak Sunadi dan Ibu Darmini. Penulis tinggal di Blok Teratai RT.02 RW. 03 Desa Waruroyom Kec. Depok Kab. Cirebon.

Jenjang pendidikan yang ditempuh:

1. SD N 2 Waruroyom (2008-2014)
2. MTs Mafatihul Huda (2014-2017)
3. MA Mafatihul Huda (2017-2020)

Penulis menempuh pendidikan S-1 pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon dan mengambil judul skripsi “**Pengaruh Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, Dan Iklan Berbayar Terhadap Pertumbuhan Usaha Mikro di Kabupaten Cirebon**” di bawah bimbingan bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si. dan Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc, MA.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebesar-besarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah wa syukurillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya, sehingga dengan izin dan rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan yaitu karya tulis ilmiah berupa skripsi ini sesuai dengan yang diharapkan dan di waktu yang tepat. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan penerangan untuk seluruh umat islam. Semoga kita senantiasa menjadi umat yang mendapat syafaatnya hingga yaumul akhir, Aamiin.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Strategi Pemasaran Digital, dan Iklan Berbayar Terhadap Pertumbuhan UMKM di Era Digital” ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Segala syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena telah menghadirkan orang-orang yang berharga disekeliling penulis. Oleh karena itu, dengan segenap ketulusan hati serta iringan doa dan ucapan terimakasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah
4. Bapak H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah
5. Bapak Dr. Layaman, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah mendidik, membimbing, memotivasi, memberikan saran dan arahan kepada penulis dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini. Terimakasih banyak atas waktu, pikiran, dan tenaga yang telah diberikan kepada penulis dengan ikhlas
6. Bapak Dr. H. Edy Setyawan, Lc., M.A selaku dosen pembimbing II yang telah mendidik, membimbing, memotivasi, memberikan saran dan arahan

kepada penulis dalam menyusun serta menyelesaikan tugas akhir karya tulis ilmiah berupa skripsi ini. Terimakasih banyak atas waktu, pikiran, dan tenaga yang telah diberikan kepada penulis dengan ikhlas.

7. Seluruh dosen dan staff jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan motivasi penulis. Terimakasih atas didikan dan dedikasinya selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sunadi dan Ibu Darmini yang telah memberikan doa, dukungan, materi, motivasi, pengorbanan waktu dan tenaga yang begitu banyak. Penulis bersyukur mempunyai orang tua seperti bapak dan mamah yang selalu memberikan kepercayaan dan pengertiannya kepada anak bungsunya ini, sehingga sekarang bisa menjadi seorang sarjana ekonomi. Terimakasih untuk segala usaha, doa dan kasih sayang untuk anaknya.
9. Teruntuk aa dan adikku ibnu serta keluarga besar, terimakasih telah memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis, sehingga penulis menikmati hari-hari untuk bisa segera menyelesaikan sarjana tepat waktu.
10. Sahabat-sahabat selama perkuliahan terutama Fuja Sri Dewi, Zahrotun Hasanah, Rina Indri Yani, Jihan Melinda Alfiani, dan Nabila Naflah Arirukmana, Diva Kartika W.P dan sahabt-sahabatku yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih telah kebersamai, menemani, berjuang, berproses, dan semua hal baiknya. Semoga kelak kesuksesan dan kebahagiaan menghampiri kita semua, Aamiin.
11. Teman seperjuangan dan seperbimbingan Fadilah Nurbaiti dan Lisah Komariyah yang telah kebersamai, memberi masukan dan arahan serta menjadi teman diskusi. Terimakasih atas segala bantuan dan ketersediaannya.
12. Keluarga besar Ekonomi Syariah C angkatan 2021 yang sudah berjuang dan bertahan bersama selama empat tahun lamanya dalam perkuliahan
13. Teman-teman MBKM BPS Fuja Sari Dewi, Rina Indri Yani, Zahrotun Hasanah, Nabila Naflah Arirukmana, Jihan Melinda Alfiani, Adinda

Meilani, Dina Hamidah, Biansa Ardita Kurnaida. Terima kasih telah kebersamai penulis sejak masa magang hingga saat ini

14. Teman-teman SMA terutama Oom Komariyah dan Ratna Sari, terima kasih telah menemani, mendukung, mendengarkan segala keluh kesahku dari masa SMA hingga saat ini
15. Teman-teman sepermainan terutama Eha Sholeha, Melinda, Nurmala, Imas Masriya, Mutiara, dan Rosa Amelia. Terima kasih telah mendukung, menemani, mendengarkan segalanya. Terima kasih untuk canda tawanya, semoga kalian semua bahagia selalu
16. Diri saya sendiri Anisah, terima kasih banyak sudah berjuang dan bertahan selama ini. Terima kasih sudah selalu percaya pada kemampuan dirimu sendiri, semoga ini bukan akhir dari jenjang pendidikan tinggi yang kamu tempuh
17. Terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu penulis menyusun karya tulis ilmiah berupa skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Cirebon, 17 Februari 2025

Penulis



Anisah

NIM. 2108204127

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
MOTTO.....	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xviii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah.....	11
D. Perumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II.....	
LANDASAN TEORI	14
A. Media Sosial.....	15
B. Strategi Pemasaran Digital	18
C. Iklan Berbayar	20
D. Pertumbuhan UMKM	23

E. Penelitian Terdahulu.....	26
F. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Metode dan Jenis Penelitian.....	37
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	37
D. Data dan sumber Data	39
E. Definisi Operasional Variabel	39
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Instrument Penelitian	42
H. Teknik Analisis Data	42
1. Uji Instrumen	42
2. Uji Asumsi Klasik	43
3. Uji Regresi Linier Berganda	45
4. Uji Hipotesis	46
BAB IV	
PEMBAHASAN	49
BAB V.....	
PENUTUP.....	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92

UNINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 1 Jumlah UMKM pada tahun 2021 dan tahun 2022 di kabupaten Cirebon berdasarkan data pusat statistik (BPS).....	38
Tabel 3.1 2 Tabel Definisi Operasional Variabel	39
Tabel 3.1 3 Skor Jawaban Kuesioner	42
Tabel 4.1 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.1 2 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel 4.1 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	51
Tabel 4.1 4 Presentase Kategori Item Operasional Variabel Media Sosial (X1)..	52
Tabel 4.1 5 Presentase Kategori Item Operasional Variabel Strategi Pemasaran Digital (X2)	54
Tabel 4.1 6 Presentase Kategori Item Operasional Variabel Iklan Berbayar (X3)	56
Tabel 4.1 7 Presentase Kategori Item Operasional Variabel Pertumbuhan UMKM	59
Tabel 4.1 8 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1).....	61
Tabel 4.1 9 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Pemasaran Digital (X2).....	62
Tabel 4.1 10 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan Berbayar (X3)	62
Tabel 4.1 11 Hasil Uji Validitas Variabel Pertumbuhan UMKM (Y)	63
Tabel 4.1 12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.1 13 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.1 14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.1 15 Hasil Uji Heterokedastisitas	66
Tabel 4.1 16 Hasil Uji Linearitas.....	67
Tabel 4.1 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.1 18 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	70
Tabel 4.1 19 Hasil Uji T Parsial	71
Tabel 4.1 20 Uji Koefisien Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

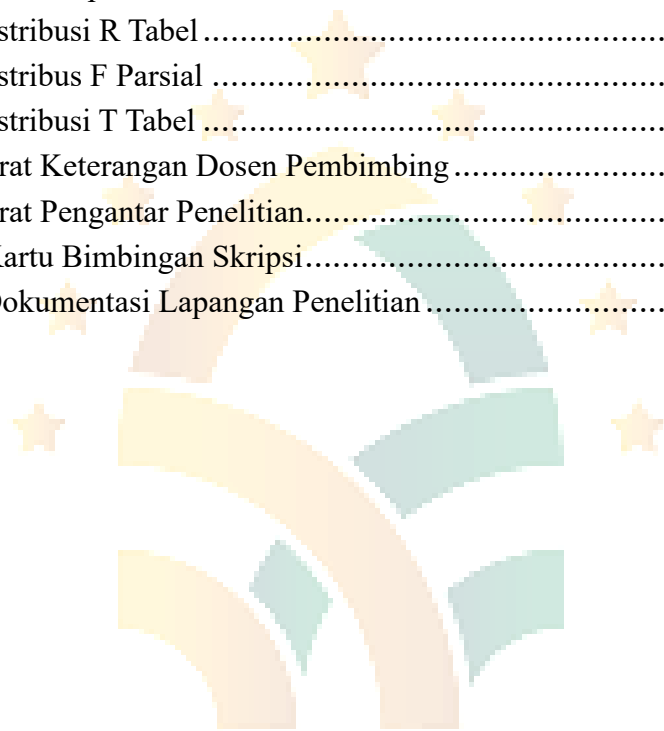
Gambar 1. 1 Jumlah Data UMKM di Kabupaten Cirebon.....	2
Gambar 1. 2 Hasil Survei Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023	3
Gambar 1. 3 UMKM Telah Go Digital Hingga 2023	5
Gambar 1. 4 Statistik periklanan media sosial	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	35



UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Kuesioner (Ordinal) Pelaku UMKM di Kabupaten Cirebon.....	97
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kuesioner (interval) Pelaku UMKM di Kabupaten Cirebon.....	108
Lampiran 4 Hasil Output SPSS.....	118
Lampiran 5 Distribusi R Tabel	128
Lampiran 6 Distribusi F Parsial	130
Lampiran 7 Distribusi T Tabel	131
Lampiran 8 Surat Keterangan Dosen Pembimbing.....	1344
Lampiran 9 Surat Pengantar Penelitian.....	1355
Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi.....	1366
Lampiran 11 Dokumentasi Lapangan Penelitian	1377



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan Hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 157 tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf Bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ya
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monofiong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (ـَ) untuk vokal *a*, *kasroh* (ـِ) untuk vokal *i*, dan *dhumamah* (ـُ) untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *au* yaitu

harakat *a (fathah)* diikuti *wawu (و)* *sukun (mati)*, dan *ai* yaitu harakat *a (fathah)* diiringi huruf *ya' (ي)* *sukun (mati)*.

Contoh vokal tunggal : كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap :

1. Fathah + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أ).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

2. Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوَّلَ ditulis haula

C. Madda

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا... -	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ا... ي-	Atau fathah dan ya		
ا... يـ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
ا... و-	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu: ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir 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 ditulis *raudah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ي** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **يِ**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis rabbanâ

الْحَدَّ ditulis al-ḥaddu

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu

الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

2. Kata sandang diikuti huruf *qomariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis al-Maliku

الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهْوٌ خَيْرٌ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn.

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِيّ ditulis al-Bukhârî
البَيْهَقِيّ ditulis al-Baihaqî

