

**PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL  
MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH  
BUMN CIREBON**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Pada Jurusan Ekonomi Syariah**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



**Oleh:**

**ARLA RAHMADINI**

**NIM : 2108204183**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**

**SYEKH NURJATI CIREBON**

**1446/2025**

## ABSTRAK

### **ARLA RAHMADINI, NIM : 2108204183, “PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH BUMN CIREBON”,2025**

Banyaknya pengalaman UMKM kurang siap dalam menghadapi persaingan dan menjawab tantangan utama mengenai pengembangan usaha UMKM dalam hal kurangnya pengetahuan akan pemasaran yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau UMKM dan kurangnya pengetahuan terhadap digital marketing yang disebabkan oleh minimnya kesempatan untuk mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pelatihan.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh mentoring bisnis dan pelatihan digital marketing terhadap tingkat penjualan UMKM di Rumah BUMN Cirebon.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah UMKM Rumah BUMN Cirebon yang mengikuti mentoring bisnis dan pelatihan digital marketing. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner lalu disebarkan kepada 90 responden.

Berdasarkan hasil uji secara langsung variabel mentoring bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan dengan hasil  $T_{hitung}$  4,083 dan  $T_{tabel}$  1,662 yang dapat diartikan  $4,083 > 1,662$  dengan nilai signifikansi 0,000 sedangkan untuk variabel pelatihan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan dengan hasil  $T_{hitung}$  4,918 dan  $T_{tabel}$  1,662 yang dapat diartikan  $4,918 > 1,662$  dengan nilai signifikansi 0,000 secara bersama – sama (simultan) pada hasil uji F menyatakan variabel mentoring bisnis dan pelatihan digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel tingkat penjualan dengan nilai  $F_{hitung}$  37,334 dan  $F_{tabel}$  3,101 yang dapat diartikan dengan  $37,334 > 3,101$  dengan nilai signifikansi 0,000. Maka dapat disimpulkan pengaruh mentoring bisnis dan pelatihan digital marketing berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan UMKM di Rumah BUMN Cirebon.

**Kata kunci : UMKM, mentoring bisnis, pelatihan digital marketing, tingkat penjualan**

## ABSTRACT

**ARLA RAHMADINI, NIM : 2108204183, "THE INFLUENCE OF BUSINESS MENTORING AND DIGITAL MARKETING TRAINING ON SALES LEVELS OF MSMEs AT CIREBON BUMN HOUSES", 2025**

Many MSMEs experience being less prepared to face competition and answer the main challenges of MSME business development in terms of lack of knowledge about marketing caused by limited information that MSMEs can access regarding marketing and lack of knowledge about digital marketing caused by minimal opportunities to follow technological developments and lack of training.

This research aims to find out how much influence business mentoring and digital marketing training has on the sales level of MSMEs at Rumah BUMN Cirebon.

The type of research used is quantitative with descriptive methods. The population of this research is Rumah BUMN Cirebon MSMEs who took part in business mentoring and digital marketing training. The data collection technique in this research used a questionnaire and then distributed it to 90 respondents.

Based on direct test results, the business mentoring variable has a positive and significant influence on sales levels with the result  $T_{count}$  4,083 and  $T_{table}$  1.662 which can be interpreted as  $4.083 > 1.662$  with a significance value of 0.000, while the digital marketing training variable has a positive and significant effect on the level of sales with the result  $T_{count}$  4,918 and  $T_{table}$  1.662 which can be interpreted as  $4.918 > 1.662$  with a significance value of 0.000 together (simultaneously) in the  $F$  test results stating that the business mentoring and digital marketing training variables have a positive and significant effect on the sales level variable with the  $F$  value  $_{count}$  37.334 and  $F_{table}$  3.101 which can be interpreted as  $37.334 > 3.101$  with a significance value of 0.000. So it can be concluded that the influence of business mentoring and digital marketing training has a positive effect on the level of MSME sales at Rumah BUMN Cirebon.

**Keywords:** MSMEs, business mentoring, digital marketing training, sales level

## الملخص

أرلا رحمانيني، نيم: 2108204183، "تأثير التوجيه التجاري والتدريب على التسويق الرقمي على مستويات مبيعات المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في منازل سيريبيون بوم"، 2025

تتطلب المنافسة التجارية المتزايدة من كل المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة القائمة أن تتطور، إلى جانب التطور المتزايد للتكنولوجيا والذي يتطلب بالطبع من المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة أن تكون دائمًا مستجيبة للتغيرات الجيدة من أجل استدامة أعمال المؤسسات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى تأثير توجيه الأعمال والتدريب على التسويق الرقمي على مستوى مبيعات الشركات الصغيرة والمتوسطة في Rumah BUMN Cirebon. ونوع البحث المستخدم هو

بحث كمي مع طرق وصفية. مجتمع هذا البحث هو Rumah BUMN Cirebon MSMEs الذين شاركوا في توجيه الأعمال والتدريب على التسويق الرقمي. استخدمت تقنية جمع البيانات في هذا البحث الاستبانة ثم وزعتها على 90 مستجيباً.

وبناء على نتائج الاختبار المباشر فإن متغير توجيه الأعمال له تأثير إيجابي وكبير على مستويات المبيعات وكانت النتيجة T عدد 4,083 و تطاولة 1.662 والتي يمكن تفسيرها على أنها  $1.662 < 4.083$  بقيمة دلالة 0.000، بينما لمتغير التدريب على التسويق الرقمي تأثير إيجابي ومعنوي على مستوى المبيعات بنتيجة T عدد 4,918 و تطاولة 1.662 والتي يمكن تفسيرها على أنها  $1.662 < 4.918$  بقيمة دلالة 0.000 معاً (في وقت واحد) في نتائج اختبار F والتي تشير إلى أن متغيرات توجيه الأعمال والتدريب على التسويق الرقمي لها تأثير إيجابي ومعنوي على متغير مستوى المبيعات بقيمة F عدد 37.334 و فطاولة 3.101 والتي يمكن تفسيرها على أنها  $3.101 < 37.334$  بقيمة دلالة 0.000. لذلك يمكن أن نستنتج أن تأثير توجيه الأعمال والتدريب على التسويق الرقمي له تأثير إيجابي على مستوى مبيعات الشركات الصغيرة والمتوسطة في Rumah BUMN Cirebon.

الكلمات البحث : المشروعات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة، الإرشاد التجاري، التدريب على التسويق الرقمي، مستوى المبيعات

UINSSC  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL  
MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH  
BUMN CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Jurusan Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Oleh :

**Arla Rahmadini**

NIM : 2108204183

Pembimbing I



**Refaldo Fanther, MBA.**  
NIP. 19910101 2020121021

Pembimbing II



**Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si**  
NIP. 19731125 201411 1 002

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**H. Achmad Otong Busthomi, 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

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara Arla Rahmadini NIM : 2108204183 yang berjudul : **“PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH BUMN CIREBON”**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut diatas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Menyetujui :

Pembimbing I



**Refaldo Fanther, MBA.**  
NIP. 19910101 2020121021

Pembimbing II



**Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si**  
NIP. 19731125 201411 1 002

**SYEKH NURJATI CIREBON**

Mengetahui  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**H. Achmad Otman Busthomi, Lc., M.Ag.**  
NIP. 19731223 200701 1 022

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul ***“PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH BUMN CIREBON”***. Oleh Arla Rahmadini NIM : 2108204183 telah diajukan sidang munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah



H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag.  
NIP.19731223 200701 1022

Sekretaris Sidang

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si  
NIP. 19731125 201411 1 002

Penguji I

Dr. Abdul Nasir, M.E.Sy.  
NIP. 19890421 202012 1 006

Penguji II

Dr. H. Didi Sukardi, M.H.  
NIP. 19691226 200912 1 001



## PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arla Rahmadini  
NIM : 2108204183  
Tempat/Tanggal Lahir : Kuningan, 17 November 2002  
Alamat : Desa Parung, Kecamatan Darma  
Kabupaten : Kuningan

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul ***“PENGARUH MENTORING BISNIS DAN PELATIHAN DIGITAL MARKETING TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM DI RUMAH BUMN CIREBON”*** adalah benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apa pun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

Cirebon, 01 Mei 2025



**Arla Rahmadini**

NIM : 2108204183



## MOTTO

*“Hidup bukan saling mendahului Bermimpilah sendiri-sendiri”*

*HINDIA – Besok Mungkin Kita Sampai*



# UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER  
SYEKH NURJATI CIREBON**

## KATA PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, petunjuk, dan kekuatan selama proses penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang merupakan suri teladan bagi seluruh umat manusia.

Kedua orang tua tercinta, Bapak Aman Suryaman dan Ibu Ros Rosmiati yang selalu memberikan doa, motivasi, materi serta waktu yang tiada henti demi keberhasilan anak perempuanmu. Terima kasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan yang telah kalian berikan dengan penuh keikhlasan atas doa yang selalu menjadi suntikan semangat bagi setiap langkah anak perempuanmu dari pencapaian yang telah ditempuh hingga sekarang, yang tidak mungkin ku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahkan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat kalian bahagia karena ku sadar, banyak hal yang kau beri saat anak perempuan ini menempuh jenjang pendidikan yang sangat luar biasa kalian utamakan.

Tidak lupa pula keberhasilan ini saya persembahkan untuk kakak saya tercinta Ilam Amalia yang sudah pergi mendahului saya, yang selalu memberi semangat di sisa hidupnya.

Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, serta kesabaran selama penulisan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman – teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama perjalanan akademis ini. Semua doa, nasihat, dan dukungan kalian sangat berarti bagi penulis.

Akhir kata, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Semoga skripsi ini dapat menjadi langkah awal menuju perjalanan ilmiah yang lebih panjang dan bermanfaat.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Arla Rahmadini dilahirkan di Kuningan pada tanggal 17 November 2002. Penulis merupakan anak ke 3 dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Aman Suryaman dan Ibu Ros Rosmiati. Penulis bertempat tinggal di Desa Parung, Kecamatan Darma, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat.

Jenjang yang telah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Paud Amanah Desa Parung
2. SDN Parung
3. MTS Negeri 05 Kuningan
4. MA Sublul Huda Darma

Penulis mengikuti program strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah dan mengambil judul skripsi ***“Pengaruh Mentoring Bisnis Dan Pelatihan Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan UMKM di Rumah BUMN Cirebon”***. Dibawah bimbingan Bapak Refaldo Fanther, MBA. dan Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E.,Msi

**UINSSC**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER**  
**SYEKH NURJATI CIREBON**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, kehendak, kekuatan, pertolongan dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sehingga skripsi dengan judul “penagruh mentoring bisnis dan pelatihan digital marketing terhadap tingkat penjualan UMKM Rumah BUMN Cirebon” dapat terselesaikan pada waktunya.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabat yang telah memberikan penerangan bagi umat Islam. Semoga seluruh umat-Nya mendapatkan syafaat di akhir zaman nanti. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, iringan doa dan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Rektor UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Refaldo Fanther, MBA. Selaku pembimbing I yang telah memberi pengarahan dan motivasi, serta bimbingan terhadap perjalanan dalam penulisan tugas akhir ini. Tak lupa juga dengan saran saran yang selalu diberikan terhadap penulisan ini serta kesabaran dan kemudahan dalam meluangkan waktu semoga kemudahan dan berkah selalu menyertai beliau.
5. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E.,M.Si, selaku sekretaris jurusan ekonomi syariah dan pembimbing II yang selalu meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing dan memotivasi serta memberikan saran dalam penulisan skripsi ini. Semoga keberkahan dan kemudahan selalu menyertai beliau.
6. Seluruh dosen dan staff khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

7. Rumah BUMN Cirebon yang telah bersedia memberikan informasinya dan menerima baik untuk melakukan penelitian skripsi ini.
8. Kedua orang tua tercinta bapak Aman Suryaman dan Ibu Ros Rosmiati terima kasih atas doa kasih sayang perhatian dan perjuangannya, serta bimbingan dan dukungan secara utuh tak kurang sedikit pun dari segala bentuk yang selalu tercurahkan disetiap perjalanan.
9. Kakak saya Ilam Amalia sebagai pendukung dan penyemangat di sisa hidupnya.
10. Untuk penulis sendiri terima kasih sudah bertahan sejauh ini, tetap selalu sabar dalam mengerjakan skripsi yang sangat menguras waktu, pikiran, dan tenaga seomga dengan pengorbanan ini mendapatkan yang setimpal atas kerja keras dalam penulisan ini.
11. Sahabat seperjuangan selama perkuliahan sampai dengan skripsi saya selesai, Dhea Nur Cesa dan Adinda Mailani, yang selalu membantu dan memberi dukungan serta doanya dalam melakukan penulisan dan perjalanan selama perkuliahan dan diluar perkuliahan. Semoga berkah dan kemudahan selalu menyertai kalian.
12. Seluruh teman kelas Ekonomi Syariah E yang telah menjadi teman seperjuangan dalam masa perkuliahan
13. Teman KKN Desa Cikalahang, Sri Handayani, Sephia Wulandari dan Tiara Nurfaliza.
14. Teman rumah Ryry, Aci, yang telah memberi semangat penulis selama perkuliahan
15. Oasis, Hindia, .Feast, The Panturas, The SIGIT, The Jansen yang selalu menemani dikala penulis sedang mengerjakan skripsi.
16. Kost Capinsol 4 yang telah menjadi tempat tinggal penulis selama kuliah
17. Dan pihak – pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan pengalaman, motivasi, doa dan semangat kepada penulis. Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT.

## DAFTAR ISI

|                                        |       |
|----------------------------------------|-------|
| ABSTRAK .....                          | ii    |
| ABSTRACT .....                         | iii   |
| الملخص .....                           | iv    |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING .....           | v     |
| NOTA DINAS.....                        | vi    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                | vii   |
| PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....    | viii  |
| MOTTO .....                            | ix    |
| KATA PERSEMBAHAN .....                 | x     |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....             | xi    |
| KATA PENGANTAR.....                    | xii   |
| DAFTAR ISI.....                        | xiv   |
| DAFTAR TABEL .....                     | xvii  |
| DAFTAR GAMBAR.....                     | xviii |
| PEDOMAN TRANSLITERASI .....            | xix   |
| BAB I.....                             | 1     |
| PENDAHULUAN.....                       | 1     |
| A. Latar Belakang Masalah .....        | 1     |
| B. Identifikasi Masalah .....          | 6     |
| C. Pembatasan Masalah .....            | 7     |
| D. Rumusan Masalah.....                | 7     |
| E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian ..... | 7     |
| 1. Tujuan Penelitian .....             | 7     |
| 2. Manfaat Penelitian .....            | 8     |
| F. Sistematika Penulis .....           | 8     |
| BAB II .....                           | 10    |
| KAJIAN TEORI .....                     | 10    |
| A. Landasan Teori .....                | 10    |
| 1. Mentoring bisnis .....              | 11    |
| 2. Pelatihan Digital Marketing .....   | 12    |
| 3. Tingkat penjualan .....             | 16    |

|                                                      |           |
|------------------------------------------------------|-----------|
| 4. UMKM .....                                        | 18        |
| B. Penelitian Terdahulu .....                        | 22        |
| C. Kerangka Teoritis .....                           | 28        |
| D. Pengembangan Hipotesis.....                       | 29        |
| <b>BAB III.....</b>                                  | <b>31</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                   | <b>31</b> |
| A. Metode Penelitian.....                            | 31        |
| 1. Waktu Dan Lokasi Penelitian .....                 | 31        |
| 2. Pendekatan Dan Jenis Penelitian .....             | 31        |
| 3. Populasi .....                                    | 31        |
| 4. Sampel .....                                      | 32        |
| 5. Jenis data.....                                   | 33        |
| 6. Metode pengumpulan data .....                     | 34        |
| B. Definisi Operasional variabel.....                | 35        |
| 1. Variabel Independen Atau Variabel Bebas (X) ..... | 35        |
| 2. Variabel Dependen Atau Variabel Terikat (Y) ..... | 35        |
| C. Instrumen penelitian.....                         | 37        |
| D. Teknik Analisis Data.....                         | 37        |
| <b>BAB IV .....</b>                                  | <b>43</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                    | <b>43</b> |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....               | 43        |
| 1. Sejarah Rumah BUMN Kota Cirebon .....             | 43        |
| 2. Profil Rumah BUMN Cirebon .....                   | 44        |
| 3. Struktur Rumah BUMN Cirebon .....                 | 44        |
| B. Karakteristik Responden .....                     | 45        |
| C. Gambaran Jawaban Responden.....                   | 48        |
| D. Teknik Analisis Data.....                         | 56        |
| 1. Uji Instrumen Penelitian .....                    | 56        |
| a. Uji Validitas .....                               | 56        |
| b. Uji Realibilitas .....                            | 57        |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....                            | 58        |
| a. Uji Normalitas.....                               | 58        |
| b. Uji Heterokedastisitas .....                      | 59        |
| c. Uji Multikolinearitas .....                       | 60        |



|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 3. Uji Regresi Linear Berganda .....         | 60 |
| 4. Uji Hipotesis Penelitian .....            | 62 |
| a. Uji Simultan (F) .....                    | 62 |
| b. Uji Koefisien Parsial (Uji T) .....       | 63 |
| c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 66 |
| E. Pembahasan Hasil Penelitian .....         | 66 |
| BAB V .....                                  | 72 |
| PENUTUP .....                                | 72 |
| A. Kesimpulan .....                          | 72 |
| B. Implikasi .....                           | 73 |
| C. Saran .....                               | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                         | 75 |
| LAMPIRAN .....                               | 78 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Jumlah UMKM di Indonesia.....                                           | 2  |
| Tabel 1. 2 Jumlah UMKM Di Indonesia Tahun 2022 .....                               | 3  |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                               | 22 |
| Tabel 2. 2 Kerangka Teoritis.....                                                  | 29 |
| Tabel 3. 1 Jumlah UMKM mitra binaan Rumah BUMN Cirebon .....                       | 32 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....                                     | 35 |
| Tabel 3. 3 Skala Likert .....                                                      | 37 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                 | 45 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                          | 46 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....                   | 46 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Tahun .....              | 47 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....                    | 48 |
| Tabel 4. 6 Frekuensi Pernyataan Variabel Mentoring Bisnis (X1) .....               | 48 |
| Tabel 4. 7 Frekuensi Pernyataan Variabel Pelatihan Digital Marketing (X2)<br>..... | 51 |
| Tabel 4. 8 Frekuensi Pernyataan Variabel Tingkat Penjualan (Y).....                | 53 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....                           | 56 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....                                 | 57 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....                                              | 59 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas .....                                      | 60 |
| Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....                            | 61 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Uji Simultan).....                                        | 62 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji T (Uji Parsial) .....                                        | 64 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                                  | 66 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Uji heterokedastisitas ..... | 59 |
|------------------------------------------|----|

