

**PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUUSAHAAN DAN  
INTEGRASI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENINGKATAN PENDAPATAN  
UMKM DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonom (S.E) Pda Program Studi Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Diajukan Oleh:**

**Nalvia**

20 0403 0030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

**2025**

**PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUUSAHAAN DAN  
INTEGRASI MEDIA SOSIAL TERHADAP  
PENINGKATAN PENDAPATAN  
UMKM DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonom (S.E) Pda Program Studi Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Diajukan Oleh:**

**Nalvia**

20 0403 0030

**Pembimbing**

**Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I.M.H.I**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

### **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nalvia  
NIM : 20 0403 0030  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

menyatakan dengan sebenarnya bahwa

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bila mana dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sangsi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini di buat untuk dipergunakan sebagai mestinya.

Palopo, 11 November 2025

Yang membuat pernyataan



NIM.2004030030

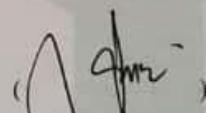
## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo yang ditulis oleh Nalvia Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004030030, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, 30 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 5 Shafar 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Pengaji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 05 November 2025

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang



2. Ilham, S.Ag., M.A.

Sekretaris Sidang



3. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.

Pengaji I

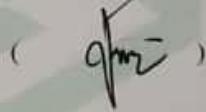


4. M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E.

Pengaji II

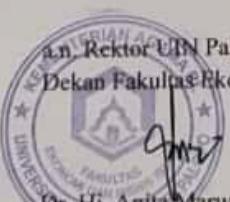


5. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Pembimbing



### Mengetahui:

a.n. Rektor UIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP 198201242009012006

Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah  
Umar, S.E., M.S.E.  
NIP 199404072020121017



## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَلَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى أَلِيهِ وَآصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ .

(اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. Yang telah menganugrahkan rahmat, hidayah, serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Soial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, Kepada Cinta pertama dan panutanku bapak Jumail. Beliau tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Kepada pintu surgaku ibu Isra beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program study penulis, beliau juga memang tidak

sempat merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan, namun semangat serta doanya yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan anak-anaknya. Terimakasih atas suport yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis sampai di titik ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Takdir Ishak Paggag, M.H., M.Kes. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini.
2. Dr. Hj. Anita Marwing , S.HI., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Muh. Ilyas, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Akbar Sabani, S.EI., M.EI. selaku Ketua program studi Manajemen Bisnis Syariah dan Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. selaku sekretaris

program studi Manajemen Bisnis Syariah, beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam menyelesaikan Skripsi.

4. Ilham, S.Ag., M.A., selaku Penasihat Akademik
5. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku pembimbing yang mana telah bersedia dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penelitian ini.
6. Hamida, S.E.Sy.,M.E.Sy. selaku dosen penguji I dan M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritikan dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
7. Para Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu penulis terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi.
8. Seluruh pelaku UMKM di Kota Palopo yang telah menyempatkan waktunya untuk memberikan penulis kemudahan untuk mengumpulkan data-data yang dibutuhkan.
9. Segenap keluarga yang telah memberikan doa,semangat dan dorongan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman penulis Riski Asmira, S.E dan Mulyati, S.E terima kasih sudah ikut serta dalam membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak ada kata yang bisa penulis ucapkan selain kata terimakasih.
11. Teman-teman MBS A yang telah berjuang bersama selama awal perkuliahan.dan semua teman teman yang ikut serta selama ini membantu

serta selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih.

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, dan kerjasama, yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan ketegangan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, 28 Agustus 2024

Penulis

**Nalvia**

**20 0403 0030**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di atas)

			bawah)
ض	Dad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ż	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ءـ	Hamzah	'	Apostrof
يـ	Ya	Y	Ye

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

## 2. Vokal

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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau

harakat transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	Fathah	A	A
ـ	Kasrah	I	I
ـ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
يُ...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
فُ...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

#### 1. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيْ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā

#### 4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

### 2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

### 3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ      raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

المَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ      al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

### 5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

نَزَّلَ      nazzala

البَرُّ      al-birr

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu **ال**, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

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

### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

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

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

Contoh:

الرَّجُل ar-rajulu

الْقَلْمَنْ al-qalamu

## 7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْخُذُ ta'khužu

شَيْءٌ syai'un

#### 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-

rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

#### 9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*. Contoh:

دِينُنَا اللَّهُ : dīnūnā lāh

بِاللَّهِ : billāh

Adapun *ta marbūṭahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz al-Jalālah* ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي حُمَّةِ اللَّهِ hum fi rahmatillāh

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf ka pital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan(CK,DP,CDK dan DR).

Contoh :

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍī’ a linnāsi lallażī bi Bakkata mubārakan*

• *Syahru Ramaḍān al-lażī unzila fih al-Qur’ān*

*Naşīr al-Dīn al-Ṭūsī*

*Abū Naṣr al-Farābī*

*Al-Gazālī*

*Al-munqiz min al-Dalāl*

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

SWT. = shubahanahu wa ta'ala

SAW. = shallallahu 'alaihi wa sallam

a.s = 'alaihi al-salam

H = Hijrah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

Wr. = Warahmatullaahi

Wb. = Wabarakaaatuuh

1. = Lahir tahun (untuk yang masih hidup saja)

w. = Wafat sebelum

QS.../...:4 = QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4

## DAFTAR ISI

### **HALAMAN JUDUL**

<b>PRAKATA .....</b>	<b>i</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	9
B. Landasan Teori .....	13
C. KerangkaPikir .....	31
D. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
C. DefinisiOperasionalVariabel.....	34
D. Populasi dan Sampel .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
F. InstrumenPenelitian.....	36
G. Uji Instrument .....	37
H. Tehnik Analisis Data .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
A. Hasil Penelitian .....	42
B. Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan .....	v
Tabel 0.2 Transliterasi Vocal Tunggal.....	vii
Tabel 0.3 Transliterasi Vocal Rangkap.....	vii
Tabel 0.4 Transliterasi Maddah .....	viii
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.1 Karateristik Kelamis responden .....	46
Tabel 4.2 Karateristik Jenis Usia Responden Kelamis responden .....	47
Tabel 4.3 Karateristik Pendidikan terakhir .....	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Pelatihan Kewirausahaan (X1).....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Integrasi Media Sosial (X2) .....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Peningkatan Pendapatan (Y).....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji t .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 4.2 Peta Kota Palopo .....	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	68
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	75
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	81
Lampiran 4 Hasil Uji Reabilitas .....	86
Lampiran 5 R Tabel .....	87
Lampiran 6 T Tabel .....	88

## **ABSTRAK**

**Nalvia, 2024.** “*Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM Di Kota Palopo*”.

Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Hj. Anita Marwing

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integritasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo, untuk mengetahui pengaruh integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo, untuk mengetahui pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo secara simultan.

Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menentukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sumber data yang digunakan adalah data langsung melalui kousisioner. Populasi yaitu seluruh UMKM yang berada di kota Palopo yang berjumlah 376 unit pengguna media social. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Probability Sampling*, *Simpel Random Sampling*. Sampel yang digunakan, sebanyak 51 UMKM. Data di peroleh melalui metode yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan regresi linear berganda. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,410 dan signifikansi 0,005. Integrasi media sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM dengan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan, dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,692 atau 69,2%. Hal ini berarti bahwa 69,2% variasi peningkatan pendapatan UMKM dijelaskan oleh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial, sedangkan sisanya sebesar 30,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti strategi pemasaran, kondisi ekonomi, inovasi produk, dan dukungan pemerintah.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan kewirausahaan yang efektif serta penggunaan media sosial secara optimal berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM di Kota Palopo. Pemerintah daerah dan lembaga terkait diharapkan dapat memperluas program pelatihan dan digitalisasi usaha agar UMKM semakin berdaya dan berkelanjutan.

**Kata Kunci : *Integrasi Media Sosial , Pelatihan Kewirausahaan , Peningkatan Pendapatan***

## **ABSTRACT**

**Nalvia, 2024.** "The Effect of Entrepreneurship Training and Social Media Integration on Increasing MSME Revenue in Palopo City." Thesis, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Hj. Anita Marwing

*This thesis discusses the influence of entrepreneurship training and social media integration on increasing the income of MSMEs in Palopo City. This study aims to determine the effect of entrepreneurship training on increasing the income of MSMEs in Palopo City, to determine the effect of social media integration on increasing the income of MSMEs in Palopo City, and to simultaneously determine the effect of entrepreneurship training and social media integration on increasing the income of MSMEs in Palopo City.*

*The method used is a quantitative research method that uses numerical data to determine information about what is desired. The data source is direct data through questionnaires. The population is all MSMEs in Palopo City, totaling 376 social media users. Sampling was carried out using probability sampling and simple random sampling techniques. The sample used was 51 MSMEs. Data were obtained through the methods used to test the hypotheses, namely classical assumption testing, hypothesis testing, and multiple linear regression. The analysis tool in this study used SPSS version 20.*

*The results of the study indicate that entrepreneurship training has a positive and significant effect on increasing MSME revenue, with a regression coefficient of 0.410 and a significance level of 0.005. Social media integration also has a positive and significant effect on increasing MSME revenue, with a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables significantly influence revenue increase, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.692, or 69.2%. This means that 69.2% of the variation in MSME revenue increase is explained by entrepreneurship training and social media integration, while the remaining 30.8% is influenced by factors outside this study, such as marketing strategy, economic conditions, product innovation, and government support.*

*Thus, this study confirms that effective entrepreneurship training and optimal use of social media play a crucial role in increasing MSME revenue and competitiveness in Palopo City. The local government and relevant institutions are expected to expand training programs and business digitalization to further empower MSMEs and ensure their sustainability.*

**Keywords:** Social Media Integration, Entrepreneurship Training, Income Increase

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dalam era globalisasi ini, kewirausahaan merupakan faktor penting dalam mengurangi masalah ekonomi dan sosial di sebuah negara. Dampak positif dari kegiatan kewirausahaan pada ekonomi dan berpengaruh terhadap suatu kehidupan serta kualitas hidup yang mereka miliki. Pengembangan kegiatan wirausaha kecil yang baik, merupakan faktor dasar untuk pengembangan ekonomi yang stabil. Pertumbuhan kewirausahaan yang signifikan menjadi tujuan utama di banyak negara di dunia karena pertumbuhan kewirausahaan yang baik merupakan salah satu faktor pengembangan perekonomian suatu negara. Karena UMKM (Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah) di beberapa negara berkembang mempunyai kontribusi esensial dan menjadi partisipan dalam bisnis global.<sup>1</sup>

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) penyediaan lapangan kerja, dan jaringan pengaman usaha bagi masyarakat berpendapatan rendah dalam menjalankan kegiatan ekonomi produktif. menjadikannya sebagai pilar utama ekonomi masyarakat, Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh UMKM merupakan elemen yang tidak bisa untuk dilepaskan dari kehidupan sehari-hari sebab berkaitan dengan penyediaan

---

<sup>1</sup> Ismail, Ismail, et al. "IbM pelatihan kewirausahaan sebagai upaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan menggali ide usaha baru." *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia* 1.1 (2020): 16-22.

keperluan masyarakat yaitu kegiatan perekonomian dan perdagangan.<sup>2</sup> Kehadiran UMKM mampu meningkatkan kesempatan kerja, mendorong perkembangan ekonomi, menaikkan penghasilan masyarakat dan menciptakan stabilitas nasional.<sup>3</sup>

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu memperluas dan meningkatkan kesempatan kerja bagi masyarakat, selain itu UMKM juga berperan aktif dalam proses meningkatkan kesejahteraan rakyat. pendapatan dari UMKM mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan mampu mewujudkan stabilitas nasional.<sup>4</sup> UMKM sendiri merupakan usaha yang produktifnya dapat diselenggarakan secara mandiri oleh orang perseorangan atau unit usaha. keberadaan UMKM harus dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat, sehingga usaha kecil dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan angkatan kerja, pengangguran, kemiskinan, pemerataan distribusi pendapatan dan perkembangan ekonomi daerah.<sup>5</sup>

Kota Palopo mempunyai potensi basis ekonomi yang kuat karena jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang sangat banyak dan daya serap tenaga kerja sangat besar, kondisi kota yang kondusif dan jiwa wirausaha yang tinggi, serta adanya beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, SMA/SMK yang menjadi unsur kerjasama. dapat menghasilkan sinergi yang inovatif dan

---

<sup>2</sup> Fathurrahman, Rezki Amalia, and Saiful Muchlis. "Peran Keuangan Syariah Terhadap Etika Dan Moralitas Sebagai Solusi Pembangunan Yang Berkah" *Miftahul Ulum* 3.1 (2025): 1-8..

<sup>3</sup> Sri Sarjana et al., *Manajemen UMKM (Konsep Dan Strategi Di Era Digital)*, First Edition (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), n.d.

<sup>4</sup> Fasiha "Ekonomi Dan Bisnis Islam Dari Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam" Rajawali Pers, 2016.

<sup>5</sup> Itsnaini Rahmah et al., "Kata Kunci:," no. 2 (2020): 30–50.

efektif guna mencapai tujuan yang diharapkan. dengan perekonomian yang berwawasan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan. sehingga dapat menciptakan adanya pemerataan perekonomian rakyat kecil dan pengentasan kemiskinan. Usaha mikro juga mempunyai perputaran transaksi yang cepat, menggunakan produksi domestik dan bersentuhan dengan kebutuhan primer masyarakat.<sup>6</sup>

Tabel 1.1 Jumlah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Kecamatan di Kota Palopo, 2023

Kecamatan Subdistrict	Mikro Micro	Kecil Small	Menengah Medium	Jumlah Subdistrict
Wara Selatan	1.115	-	-	1.115
Sendana	386	-	-	386
Wara	3.406	-	-	3.406
Wara Timur	3.117	-	-	3.117
Mungkajang	432	-	-	432
Wara Utara	1.870	-	-	1.870
Bara	2.446	-	-	2.446
Telluwanua	1.234	-	-	1.234
Wara Barat	798	-	-	798
Palopo	14.804			14.804

Sumber: Dinas Koperasi Dan UMKM Kota Palopo

---

<sup>6</sup> Volume No et al., “Journal of Management Science (JMS)” 3, no. 2 (2022).

Tabel di atas merupakan tabel keseluruhan pemilik usaha di Kota Palopo baik yang berskala mikro, kecil, hingga menengah yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Palopo. Pada tabel di atas tercatat jumlah pelaku usaha di Kota Palopo pada tahun 2023 sejumlah 14.804. Kecamatan yang tercatat memiliki pelaku usaha terbanyak yaitu kecamatan Wara yang berjumlah 3.406 pelaku usaha, sedangkan kecamatan Sendana memiliki jumlah pelaku usaha paling sedikit yaitu berjumlah 386 pelaku usaha. Jumlah pelaku usaha di Kota Palopo pada tahun 2023 mengalami peningkat dibandingkan tahun 2021 yang berjumlah 12.504 pelaku usaha. Meningkatnya jumlah pelaku usaha di Kota Palopo dibandingkan 3 tahun sebelumnya menjadi hal yang sangat positif sebab membantu mengurangi angka masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan dan juga dapat meningkatkan pendapatan daerah Kota Palopo.

Salah satu potensi yang dapat dimanfaatkan adalah teknologi informasi yang mana perkembangan teknologi informasi saat ini bisa membuat manusia sudah tidak lagi memandang batas jarak, ruang maupun waktu.<sup>7</sup> Perkembangan teknologi dan informasi melahirkan internet, dengan internet banyak manfaat yang bisa diberikan kepada pelaku UMKM dalam memasarkan dan juga memperkenalkan produk mereka. Kemudian di samping itu para UMKM juga bisa mendapatkan manfaat yakni mereka memiliki peluang untuk bisa menjalin kerja sama kepada pengusaha-pengusaha yang lain. Saat ini media sosial sedang berkembang sangat pesat yang mana kemudian sangat memiliki potensi dalam

---

<sup>7</sup> Rogers, E. M. *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press. 2023.  
Fasiha, Fasiha. "Ekonomi Dan Bisnis Islam dari Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam." (2016).

mendorong pemasaran suatu produk-produk UMKM yang ada, karena media sosial bisa membuat.<sup>8</sup>

Pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu strategi yang dapat membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kompetensi dalam mengelola usaha, mulai dari perencanaan, produksi, hingga pemasaran. Dengan pelatihan yang tepat, para pelaku UMKM diharapkan mampu mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan pasar. Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, telah membuka peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.<sup>9</sup>

Integrasi media sosial ke dalam strategi bisnis UMKM dapat memberikan dampak signifikan terhadap visibilitas produk, interaksi dengan konsumen, dan peningkatan volume penjualan.<sup>10</sup> Namun, pemanfaatan media sosial secara optimal masih memerlukan pemahaman dan keterampilan khusus yang tidak dimiliki oleh semua pelaku UMKM. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial dapat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo.<sup>11</sup>

---

<sup>8</sup> Elvina, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)’, *ECOBISMA Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 2.1, 722.

<sup>9</sup> Sahrir, Sukmawati Sultan, and Agusalim Sunusi. "Peran Transformasi Digital terhadap Penguatan Stabilitas Keuangan UMKM di Kota Palopo." *YUME: Journal of Management* 8.1 (2025): 469-475.

<sup>10</sup> Ukkas, Imran, and Muhammad Kasran. "Strategi Pengembangan SDM: Upaya Penunjang Daya Saing UMKM di Era Pandemi Covid 19." *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 12.1 (2023): 92-102.

<sup>11</sup> Natsir, Septiana Zalsabella. “ Strategi Pengembangan UMM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Pokalahsar Cakalang Mas Kota Palopo)”. Diss. IAIN Palopo, 2022.

Peningkatan produktivitas dapat dilakukan melalui pelatihan. Pelatihan mendukung pengembangan keterampilan dan kemampuan untuk bekerja. Ini adalah semacam investasi dari sumber daya manusia untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Investasi ini merupakan investasi jangka panjang karena manfaatnya dapat dirasakan setelah sekitar sepuluh tahun.<sup>12</sup>

Teknologi adalah alat yang digunakan untuk mempercepat produktivitas. Teknologi membuat pekerjaan akan menjadi lebih mudah untuk menghasilkan barang dan dapat meningkatkan produktivitas yang mempengaruhi pendapatan. Pertumbuhan teknologi dapat berdampak jika seseorang dapat secara terbuka belajar, berlatih, dan menggunakan untuk mempermudahkan pekerjaannya. Pelatihan kewirausahaan memegang peranan penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu bersaing di era digital.<sup>13</sup> Menurut teori modal manusia yang dikemukakan oleh Becker, pelatihan merupakan bentuk investasi yang dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan produktivitas individu, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan.<sup>14</sup> Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran modern memberikan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya rendah dan efisiensi tinggi. Rogers dalam teori adopsi inovasi menjelaskan bahwa penggunaan teknologi

---

<sup>12</sup> Dewi Sri, Pengaruh pelatihan Kewirausahaan, Lemampuan Manfaatkan Teknologi dan pendidikan terhadap Produktivitas Wanita Pengusaha Wanita UMKM di Palembang., (2020)146.

<sup>13</sup> Yasir, Jibria Ratna, Ilham Ilham, and Kalsum Padli. "Pengaruh modal, digitalisasi informasi dan kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo." *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business* 4.1 (2022): 23-33.

<sup>14</sup> Becker, G. S. *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (3rd ed.). University of Chicago Press.2020.

baru, seperti media sosial, mengikuti tahapan dari kesadaran hingga adopsi, yang jika diimplementasikan dengan baik dapat menghasilkan keunggulan kompetitif.

<sup>15</sup> Sejalan dengan itu, Schumpeter menyatakan bahwa wirausahawan adalah agen inovasi yang mampu menciptakan nilai ekonomi baru melalui kombinasi sumber daya dan teknologi.<sup>16</sup> Oleh karena itu, sinergi antara pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial sangat berpotensi mendorong peningkatan pendapatan UMKM, termasuk di Kota Palopo yang tengah berkembang dalam sektor ekonomi kreatif dan digital.<sup>17</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo, serta memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan UMKM yang lebih kompetitif dan berkelanjutan di era digital.

Berdasarkan permasalahan diatas alasan peneliti menjadikan UMKM Kota Palopo sebagai obek penelitian karena masih sedikit masyarakat yang memanfaatkan media sosial sebagai sumber pendapatan. Peneliti ingin mengatahui apakah pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Maka peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo”***.

---

<sup>15</sup> Rogers, E. M. *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press. 2023.

<sup>16</sup> Schumpeter, J. A. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. 2021.

<sup>17</sup> Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. 2020 .

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelatihan kewirausahaan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?
2. Apakah integrasi media sosial berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?
3. Apakah pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo
2. Untuk mengetahui pengaruh integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo
3. Untuk mengetahui pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk penelitian selanjutnya terhadap pelatihan kewirausahaan dan integrasi media social sebagai peningkatan pendapatan UMKM.

## 2. Manfaat Praktis

Diharapkan bahwa penelitian akan memberikan informasi dan masukan yang berdampak positif bagi pelaku UMKM di Kota Palopo.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

1. Penelitian Yana Diana yang berjudul “*Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima*” Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode resampling Bootstrap dengan minimum banyaknya bootstrap sebanyak 217 pada sampel asli. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Ekonomi dimana hal tersebut membuktikan hipotesis diterima. Artinya semakin baik Pelatihan Kewirausahaan yang ditunjukkan kepada pelaku usaha UKM maka akan meningkatkan Peningkatan Ekonomi Pelaku Usaha. Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Ekonomi dimana hal tersebut membuktikan hipotesis diterima. Tentunya dari temuan ini menunjukkan bagaimana pemasaran Digital dapat mempengaruhi Peningkatan Ekonomi sehingga diharapkan Pelaku usaha mampu membangun pemasaran Digital mereka agar Peningkatan Ekonomi Pelaku Usaha dapat ditingkatkan.<sup>18</sup> Persamaan kedua penelitian ini yaitu, penelitian ini mengkaji terkait pelatihan kewirausahaan sebagai variabel bebas sedangkan perbedaan kedua penelitian ini terletak pada lokasi, responden penelitian.

---

<sup>18</sup> Irwan Faturrahman,. “ Integrasi Media Sosial Pada Pembelajaran Mata Kuliah Filsafat Pendidikan Islam” *Journal Of Education And Instruction (JOEAI) 1(1), 29-41,2022* .

2. Penelitian Vera Firdaus yang berjudul “*Pengaruh Pelatihan dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Penyandang Disabilitas di Kabupaten Jember*”. Melalui pelatihan dan pendidikan kewirausahaan, diharapkan dapat menumbuhkan motivasi disabilitas berwirausaha agar dapat mandiri secara ekonomi. Metode penelitian ini Quantitative research dengan tipe explanatory research, yang dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan program SPSS versi 23 for Windows. Penelitian ini juga didukung oleh data yang berasal dari studi lapang, observasi, wawancara. Populasi dan Obyek yang penelitian adalah penyandang disabilitas dengan lokasi penelitian di Kabupaten Jember. Melalui teknik purposive sampling diperoleh 50 disabilitas. Hasil penelitian membuktikan bahwa Pelatihan berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha dengan nilai Sig. (2tailed) 0,005. Pendidikan Kewirausahaan berpengaruh terhadap Motivasi Berwirausaha dengan nilai Sig. (2tailed) 0,000. Pelatihan dan Pendidikan Kewirausahaan secara bersama-sama mempengaruhi Motivasi Berwirausaha dengan nilai F hitung sebesar 15,514, angka signifikan sebesar 0,000.<sup>19</sup> Persamaan kedua penelitian yaitu sama-sama meneliti pelatihan kewirausahaan sebagai variabel bebas. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dan responden penelitian.

---

<sup>19</sup> Vera Firdaus, “Pengaruh Pelatihan Dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada penyandang Disabilitas di Kabupaten Jember”*Jounal Manajemen., Jilid 17 Terbitan 2. 2022..*

3. Penelitian Irwan Faturrahman yang berjudul “*Integrasi Media Sosial Pada pembelajaran Mata Kuliah Filsafat Pendidikan Islam*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh integrasi Media Sosial terhadap motivasi belajar mahasiswa pada pembelajaran mata kuliah Filsafat Pendidikan Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah kuasi eksperimen dengan desain penelitian yang digunakan adalah nonequivalent control group design. Observasi dilakukan sebanyak dua kali yaitu sebelum treatment dan sesudah treatment. Penelitian dilaksanakan di Jurusan Tarbiyah STAIN Curup, dengan dua kelas yang dibandingkan, yakni kelas A sebagai kelas eksperimen (Prodi BKI dengan jumlah 13 mahasiswa) dan kelas B sebagai kelas kontrol (Prodi MPI dengan jumlah 19 mahasiswa). Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji lilliefors untuk menguji normalitas data, uji fisher untuk menguji homogenitas data, uji-t untuk menguji hipotesis, dan normal gain untuk mengetahui perbedaan motivasi belajar mahasiswa antara kelas eksperimen dan kelas kontrol. Hasil perhitungan pengujian hipotesis diperoleh t-hitung sebesar 3, 2 dengan harga t-tabel sebesar 2, 08, maka  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ . Simpulan, terdapat pengaruh pembelajaran mata kuliah Filsafat Pendidikan Islam yang terintegrasi dengan media sosial terhadap peningkatan motivasi belajar mahasiswa.<sup>20</sup> Persamaan kedua penelitian yaitu sama-sama meneliti tentang integrasi media sosial, sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang dilakukan oleh Irwan Faturrahman menggunakan metode

---

<sup>20</sup> Irwan Faturrahman., “ Integrasi Media Sosial Pada Pembelajaran Mata Kuliahb Filsafat Pendidikan Islam” *Journal Of Education And Instruction (JOEAI)* 1(1), 29-41,2022..

kualitatif dengan satu variabel dengan cara membandingkan dua kelas, lokasi dan responden penelitian juga berbeda.

4. Penelitian Moh Muklis Sulaeman yang berjudul “*Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan KarangBinangun Kabupaten Lamongan*”. Seiring berkembangnya zaman dunia teknologi semakin berkembang, sehingga UMKM perekonomian masyarakat harus mengikuti alur perkembangan teknologi untuk mempertahankan eksistensi dalam menjalankan bisnis dan usaha, karena Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. UMKM memiliki andil sebesar 85% dalam penyerapan tenaga kerja. Dalam suatu usaha dibutuhkan studi mengenai kelayakan dari usaha tersebut. Namun kenyataannya masyarakat hanya terfokus pada status kerja sebagai karyawan diperusahaan untuk mendapatkan penghasilan. Karena itulah pengembangan masyarakat dengan metode sosialisasi penanaman jiwa kewirausahaan dan bisnis online dilakukan untuk membantu memotivasi masyarakat untuk menjalankan usaha mandiri. Pemberdayaan merujuk pada kemampuan seseorang, khususnya kelompok lemah untuk memiliki akses terhadap sumber-sumber produktif yang memungkinkan mereka dapat meningkatkan pendapatannya dan berpartisipasi dalam proses pembangunan serta pengambilan keputusan.<sup>21</sup> Hasil dari penelitian ini menunjukkan

---

<sup>21</sup> Moh Muklis Sulaeman., “ Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Pelangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan” *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan Dan Pengabdian Masyarakat 2 (01)*, 16-22, 2020 ..

bahwa masyarakat Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan perekonomian desa melalui UMKM. Faktor pendukung dalam pengembangan masyarakat di bidang ekonomi ini meliputi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah serta partisipasi masyarakat yang cukup tinggi. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan modal, sarana dan prasarana. Persamaan penelitian ini sama-sama meneliti tentang peningkatan pendapatan UMKM. Sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada metode yang digunakan, lokasi dan responden penelitian.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pelatihan Kewirausahaan**

#### **a. Pengertian Pelatihan Kewirausahaan**

Menurut Wibowo dalam bukunya, bahwa pelatihan (training) dan pengembangan (development) adalah merupakan investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia. Pelatihan melibatkan segenap sumber daya manusia untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran sehingga mereka segera akan dapat menggunakannya dalam pekerjaannya.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Gary Dessler dalam bukunya, bahwa pelatihan berarti memperlihatkan kepada seorang pendesain Web yang baru berbagai kesulitan dalam membuat situs, seorang tenaga penjual yang baru

---

<sup>22</sup> Wibowo. Manajemen Kinerja Edisi Ketiga, Cetakan Keenam, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2023.

dengancara menjual produk perusahaan, atau seorang penyelia baru dengan cara mewawancara dan mengevaluasi karyawan.<sup>23</sup>

Pelatihan kewirausahaan merupakan sebuah kegiatan untuk menyampaikan ilmu dan skildari sumber kepada penerima supaya dapat melatih sikap, perilaku, semangat, kemampuan dan kemauan setiap individu dalam menjalankan usaha. Hal ini juga merupakan sebuah upaya untuk menciptakan, menerapkan serta mencari keuntungan dan cara kerja dalam sebuah kegiatan usaha. Firdaus berpendapat bahwa pelatihan kewirausahaan ialah sebuah program untuk melatih seseorang dengan cara membagikan skil berwirausaha, menumbuhkan minat dan motivasi untuk berwirausaha, sehingga individu dapat meningkatkan pengalaman, pengetahuan, kemampuan dan keterampilan dalam berwirausaha.<sup>24</sup>

Penerapan yang efektif dari pelatihan strategis membutuhkan pengunaan dari sebuah proses pelatihan yang sistematis. Ada beberapa tahapan dari proses pelatihan adalah sebagai berikut :

a. Penilaian

Penilaian kebutuhan pelatihan mempertimbangkan mengapa aktivitas secara khusus diperlukan dan menempatkan pelatihan dalam konteks organisasi yang sesuai. Penilaian kebutuhan dilakukan melalui tiga tingkat, yaitu organisasional, tugas, dan individual.

---

<sup>23</sup> Gary Dessler, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Kesepuluh (Jakarta: PT Indeks, 2022), hal.280.

<sup>24</sup> Wahid Bayu Laksono dan Mohammad Soleh, Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religius, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening, 1 Juni, 2022.

### b. Perancangan

Pelatihan harus dirancang untuk memenuhi kebutuhan- kebutuhan yang telah dinilai. Rancangan pelatihan yang efektif mempertimbangkan konsep-konsep pembelajaran, masalah hukum, dan pendekatan lain pada pelatihan.

### c. Penyampaian

Setelah pelatihan dirancang, penyampaian latihan dapat dimulai. Biasanya disarankan agar pelatihan tersebut di uji terlebih dulu atau dilaksanakan dalam percobaan dengan tujuan untuk memastikan bahwa pelatihan tersebut memenuhi kebutuhan- kebutuhan yang diidentifikasi dan rancangannya telah sesuai.

### d. Evaluasi

Setelah penilaian kebutuhan pelatihan dilakukan, sasaran untuk aktivitas pelatihan harus dikembangkan. Sasaran ini harus mengikuti langsung dari penilaian kebutuhan dan dideskripsikan dengan terminologi spesifik dan terukur. Satu sumber informasi penting dalam menetapkan sasaran adalah data data yang terdapat pada sistem manajemen kinerja organisasi. Evaluasi dilakukan pada empat tingkatan, yaitu :<sup>25</sup>

#### 1) *Reaction* (Reaksi)

Pada tingkat ini evaluasi ingin mengukur apakah peserta pelatihan menyukai program, pelatih, dan fasilitas pelatihan. Apakah

---

<sup>25</sup> Wibowo. Manajemen Kinerja Edisi Ketiga, Cetakan Keenam, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta. 2023.

menurut mereka pelatihan berguna dan perbaikan apa yang mereka usulkan.

### 2) *Learning* (Pembelajaran)

Pada tingkat ini dilakukan evaluasi seberapa jauh peserta pelatihan mempunyai keterampilan dan pengetahuan lebih tinggidari sebelumnya, setelah mengikuti program pelatihan.

### 3) *Behavior* (Perilaku)

Pada tingkat ini mengevaluasi apakah peserta pelatihan berperilaku berbda dipekerjaan setelah pelatihan. Apakah mereka menggunakan ketrampilan dan pengetahuan yang mereka pelajari dari pelatihan.

### 4) *Result* (Hasil)

Pada tingkat ini dilakukan evaluasi apakah organisasi atau unit kerja menjadi lebih baik kinerjanya karena pelatihan. Menurut Ari Fadiati dalam bukunya bahwa :<sup>26</sup>

Dalam konteks kewirausahaan, terdapat dua terminologi yang berbeda secara konsep namun memiliki kesamaan dalam praktik. Kedua terminologi tersebut adalah *Entrepreneurship* dan *Interprneurship*. *Entrepreneurship* dapat diartikan sebagai kemampuan menerapkan konsep wirausaha dalam mengelola usaha milik orang lain (memiliki bos/ atasan yang bukan dirinya sendiri).

---

<sup>26</sup> Ari Fadiati dan Dedi Purnama. Menjadi wirausaha sukses. Bandung:Rosda. 2023.

Jiwa kewirausahaan mendorong minat seseorang untuk mendirikan dan mengelola usaha secara *profesional*. Hendaknya minat tersebut diikuti dengan perencanaan dan perhitungan yang matang jika belum memiliki pengalaman sebelumnya, seseorang dapat menimba pengalaman dari orang. Pertimbangan lainnya adalah seberapa lama jangka waktu perolehan keuntungan yang diharapkan.<sup>27</sup>

Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya adalah menurut Ricard Cantillon, kewirausahaan didefinisikan sebagai pekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausaha membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian.<sup>28</sup> Sedangkan menurut Jean Baptista Say, seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya.<sup>29</sup> Dan menurut Frank Kninght, wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan

---

<sup>27</sup> Muhajir, Muhammad Nur Alam, et al. "Apakah Modal Sosial Dan Kearifan Lokal Mempengaruhi Semangat Berwirausaha? Bukti Empiris Wirausaha Bugis." *Jurnal Ilmu Manajemen* (2022): 222-230.

<sup>28</sup> Cantillon. An essay on economic theory: an english translation of Richard Cantillon's essai sur la nature du commerce en général. Ricard .2022.

<sup>29</sup> Jean Baptista Say, " Kewirausahaan cara mudah memulai usaha"., hal 134, 2022, CV. Berkah Utami.

wirausahawan dalam menghadapi ketidakpastian pada dinamika pasar.<sup>30</sup>

Menurut Joseph Schumpeter, wirausahawan adalah seorang *inovator* yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Schumpeter mengaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengaitkannya dengan kombinasi sumber daya.<sup>31</sup> Kegiatan wirausaha mencakup identifikasi peluang- peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan. Dan menurut Harvey Libenstein, kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.<sup>32</sup>

Menurut Israel Krizner, Wirausaha mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. Sedangkan Peter F. Drucker , kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Dan menurut Zimmerer, kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi

<sup>30</sup> Cholil Uman dan Taudlikhul Afkar, *Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa Umum*. (Surabaya :IAIN SA Press,2022, h. 8.

<sup>31</sup> Joseph Alois Schumpeter, Ekonomi, Sejarawan Ekonomi, dan Penulisan Lulusan Australia, Abad -20 , 2023.

<sup>32</sup> Harvey Libenstein, "Pelatihan Kewirausahaan Dan Motivasi Karyawan" Jilid 12, 2020.

dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha).<sup>33</sup>

Menurut Sadono Sukirno dalam bukunya, bahwa definisi dan pandangan terhadap kewirausahaan banyak dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, psikologi, dan sosiologi. Seseorang yang bertekad untuk berkecimpung dibidang perusahaan dapat didorong oleh keinginannya sendiri (*psikologi*) yang didasarkan oleh bentuk dan cara berfikir. Kepuasan seseorang untuk berdagang juga didasarkan oleh kebutuhan ekonomi dan karena adanya masyarakat disekelilingnya yang menjadi potensi pelanggannya. Berikut adalah pandangan-pandangan tentang kewirausahaan mengikut perspektif yang berbeda yaitu menurut bidang ekonomi, psikologi, sosiologi, serta menurut islam.

a. Perspektif kewirausahaan menurut ekonomi

Dari sudut pandang ekonomi, kewirausahaan adalah sebagian dari input atau faktor produksi selain bahan mentah, tanah dan modal.

b. Kewirausahaan prespektif bidang psikologi

Di dalam bidang psikologi, sifat kewirausahaan dikaitkan dengan perilaku diri yang lebih cenderung kepada focus dari dalam diri (dimana keberhasilan dapat dicapai dari hasil kekuatan dan usahadiri, bukan karena factor nasib).

---

<sup>33</sup> Israel Krizner, Peter F.Drucker, Zimmerer, "Kewirausahaan tenaga kerja, 2020.

c. Kewirausahaan perspektif bidang sosiologi

Seorang wirausaha dari sudut pandang pengkaji sosial ialah seorang oportunist yang pada imengambil peluang dan kesempatan yang ada dalam lingkungannya.

d. Kewirausahaan menurut Islam

Kewirausahaan dan segala aktivitasnya baik kecil maupun besar merupakan usaha yang dipandang sebagai ibadah dan diberi pahala jika dilakukan menurut syarat-syarat yang telah ditetapkan baik dari segi memenuhi tuntutan aqidah, akhlak maupun syariat.<sup>34</sup>

**b. Jenis-jenis pelatihan kewirausahaan**

Menurut Suherman dalam Maskan seorang wirausaha dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:

1. *Founders* (Pendiri Perusahaan) yaitu seseorang yang disebut sebagai wirausaha murni, karena secara nyata mereka yang diperlukan. *Founders* merupakan seorang investor yang memulai bisnis berdasarkan penemuan terhadap barang atau jasa baru atau yang sudah di improvisasi, atau dapat juga dikatakan sebagai seseorang yang dapat mengembangkan ide orang lain dalam memulai usahanya.
2. *General Manager* yaitu seseorang yang sebagai kepala operasional perusahaan dalam menjalankan bisnisnya.

---

<sup>34</sup> Sukirno, Sadono. Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah dan dasar Kebijakan. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana. 2022.

3. *Franchise* yaitu seorang wirausaha yang kekuasaannya dibatasi oleh hubungan kontrak kerja dengan organisasi pemberi *Franchise* atau *Franchisor*. Tingkatan dalam sistem franchise terdiri atas tiga bentuk. Tipe pertama, sebagai produsen (*franchisor*) memberikan *franchise* kepada penjual. Sistem ini umumnya digunakan di dalam industri minuman dingin. Tipe kedua, penjualnya adalah *franchisor*, contohnya pada supermarket. Tipe ketiga, *franchisor* sebagai pencipta atau produsen, sedangkan *franchise* adalah pendiri retail, seperti restoran makanan cepat saji.<sup>35</sup>

### c. Indikator Pelatihan Kewirausahaan

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Robbins dalam Hendriani dan A. Nulhaqim yang menunjukkan bahwa pelatihan merupakan sebagai sarana dalam mengubah persepsi, sikap dan menambah keterampilan, peningkatan kemampuan untuk kepentingan penilaian dan mengetahui kinerja. Hal inilah yang sangat diperlukan untuk mengetahui pentingnya pelatihan, terutama dalam pelatihan kewirausahaan. Penjelasannya sebagai berikut:<sup>36</sup>

#### 1) Materi penelitian

Materi penelitian merujuk pada topik, objek, atau bidang yang menjadi fokus utama dalam suatu kegiatan penelitian. Materi ini dapat berupa fenomena sosial, gejala alam, kebijakan publik,

<sup>35</sup> Suherman and Maskan ,”Pelatihan Kewirausahaan”, ...Jawa Tengah, Jilid 12, Hal 34., 2020.

<sup>36</sup> Robbins, S.P dan Judge T.A. Perilaku Organisasi. Jakarta: Salemba Empat.2022.

teknologi, atau bidang keilmuan tertentu yang ingin diteliti secara mendalam. Pemilihan materi penelitian harus relevan, aktual, dan memiliki nilai kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan atau penyelesaian masalah praktis.

#### 2) Keterampilan yang diajarkan

Keterampilan yang diajarkan dalam proses penelitian meliputi kemampuan berpikir kritis, menganalisis data, merancang metodologi, mengumpulkan dan mengolah informasi, serta menyusun laporan ilmiah. Selain itu, keterampilan komunikasi, kerja tim, dan etika penelitian juga menjadi bagian penting yang dibentuk selama kegiatan penelitian berlangsung.

#### 3) Metode penelitian

Metode penelitian adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Metode ini dapat bersifat kualitatif, seperti wawancara dan observasi mendalam, atau kuantitatif, seperti survei dan eksperimen. Pemilihan metode harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, jenis data yang dibutuhkan, serta pendekatan ilmiah yang tepat untuk menjawab rumusan masalah.

#### 4) Durasi dan intensitas penelitian

Durasi dan intensitas penelitian menggambarkan lamanya waktu dan tingkat keterlibatan peneliti dalam proses penelitian. Durasi bisa bervariasi, dari beberapa minggu hingga bertahun-tahun, tergantung pada kompleksitas topik dan ketersediaan sumber daya. Sementara itu,

intensitas menunjukkan seberapa sering dan dalam kegiatan penelitian dilakukan, seperti frekuensi pengumpulan data atau jadwal bimbingan.

#### 5) Efektivitas penelitian

Efektivitas penelitian diukur dari sejauh mana hasil penelitian mampu menjawab tujuan atau rumusan masalah secara tepat dan memberikan dampak nyata, baik dalam pengembangan ilmu maupun penerapannya di lapangan. Penelitian yang efektif biasanya menghasilkan data yang valid, analisis yang mendalam, serta rekomendasi yang aplikatif dan relevan bagi pemangku kepentingan.

## 2. Integrasi Media Sosial

### a. Pengertian Integrasi Media Sosial

Integrasi media sosial adalah salah satu cara untuk memberikan kepribadian pada merek Anda dan memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan Anda.

Media sosial merupakan sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang dapat digunakan untuk mengelompokan orang-orang kedalam suatu kolaborasi, yang bertujuan untuk saling bertukar informasi, serta berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Hal ini terjadi dikarenakan internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi serta fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup>Umban Adi Jaya and Anugerah Nur Raya, " Pengaruh E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Penjualan UMKM di Era Pandemi (Studi Kasus Desa Cibolang)", *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 378–87.

Media sosial adalah alat komunikasi masa depan, kumpulan alat dan platform berbasis internet yang tak terhitung jumlahnya yang dapat meningkatkan informasi yang dibagi. Dengan terbentuknya media baru ini membuat pengiriman teks, foto, suara, video, dan informasi semakin mudah dan sering sering oleh kalangan internet. Media sosial tidak hanya hanya digunakan oleh pengguna internet untuk sekedar bersosialisasi saja tapi juga melakukan bisnis.

Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (*facilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.<sup>38</sup>

Media sosial adalah konten online yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Media sosial berisi informasi dari seluruh aspek yang ada dan disalurkan kepada masyarakat dengan berbagai macam cara yaitu dengan membagikan konten, foto, video, maupun aplikasi dan iklan untuk mendapatkan informasi tersebut.

Adapun indikator media sosial menurut indriyani dan suri yaitu:

- 1) Adanya konten yang menarik dan menghibur

---

<sup>38</sup>Santosa budi teguh mardinawati adhani budhi, somanto, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)", *Aktual Akuntansi Bisnis Terapan*, 6.1 (2023), 58–71.

Informasi yang menarik dan menghibur dapat mendorong orang untuk melihat, mengikuti atau bahkan membeli suatu produk.

2) Adanya interaksi antar konsumen dengan penjual.

Media sosial mungkin terjadinya komunikasi dua arah dan pertukaran imformasi secara cepat dan langsung. Penjual dapat memberikan informasi secara jujur mengenai produknya, disisi lain konsumen dapat menyampaikan masukan mengenai produk yang ditawarkan.

3) Adanya interaksi antar konsumen dengan konsumen lain.

Konsumen dapat saling berinteraksi dengan cara bertukar informasi yang dimiliki, antar lain membaca ulasan atau saling bertanya jawab. Oleh karena itu, pendapat konsumen lain bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4) Kemudahan untuk pencarian informasi produk.

Beragam informasi yang tersaji dalam media sosial mempermudah konsumen dalam mengetahui semua informasi mengenai suatu produk yang sedang dicari.

5) Kemudahan untuk mengkomunikasikan informasi pada *public*.

Media sosial mempermudah penjual untuk memperkenalkan sekaligus mempromosikan produknya tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar dibandingkan dengan

menggunakan media promosi lainnya, seperti iklan di televisi dan media cetak.

6) Tingkat kepercayaan kepada media sosial

Karena sifatnya yang mudah diakses media sosial merupakan tempat yang efektif dalam menyampaikan sebuah pesan. Dimana informasi yang diberikan mampu mewakili informasi yang terkini dan berdasarkan fakta serta dapat dipertanggung jawabkan, inilah yang membuat media sosial dapat percaya.<sup>39</sup>

**b. Indikator Integrasi Media Sosial**

Menurut Novita Ekasari indikator Media Sosial adalah sebagai berikut:<sup>40</sup>

1) Penggunaan media sosial

Penggunaan media sosial dalam dunia bisnis saat ini menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk menjalin komunikasi dengan audiens. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn memungkinkan perusahaan untuk membangun interaksi langsung dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, serta memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif efisien. Melalui media sosial, bisnis juga dapat memperoleh umpan balik secara real-time dan merespons kebutuhan konsumen dengan cepat.

<sup>39</sup> Christina Fitria, Aliah Noor, "Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fesywn Noor," *Manajerial Dan Start-up Bisnis*, 8.2 (2023), 136–46.

<sup>40</sup> Ekasari, Novita. "Pengaruh promosi berbasis sosial media terhadap keputusan pembelian produk jasa pembiayaan kendaraan pada PT. BFI Finance Jambi." (2014): 81-102..

## 2) Konten Pemasaran

Konten pemasaran (content marketing) adalah pendekatan strategis dalam pemasaran yang menitikberatkan pada pembuatan dan distribusi konten yang relevan, menarik, dan bernilai bagi target audiens. Konten ini dapat berupa artikel, video, infografis, atau posting media sosial yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang dengan konsumen. Strategi ini lebih fokus pada memberikan manfaat kepada audiens dibandingkan sekadar menjual produk secara langsung.

## 3) Strategi Pemasaran Digital

Strategi pemasaran digital mencakup keseluruhan rencana promosi yang memanfaatkan media digital dan internet sebagai sarana utama. Strategi ini melibatkan berbagai metode seperti optimasi mesin pencari (SEO), iklan berbayar (PPC), pemasaran melalui email, media sosial, serta kerja sama dengan influencer atau afiliasi. Dengan pendekatan ini, bisnis dapat menjangkau audiens yang lebih luas secara terukur, personal, dan efisien, sambil mengikuti tren perilaku konsumen yang semakin bergeser ke dunia digital.

### **3 .Peningkatan Pendapatan**

#### **a. Pengertian Peningkatan Pendapatan**

Peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti lapis atau lapisan sesuatu yang kemudian membentuk susunan. Tingkat juga berarti pangkat, taraf dan kelas. Secara umum pengingkatan adalah upaya untuk menambah derajat, tingkat dan kualitas maupun kuantitas.<sup>1</sup> Artinya, suatu usaha yang bertujuan untuk mengangkat suatu hal dari yang semula berada di posisi yang rendah menjadi posisi yang lebih tinggi. Adapun hasil dari sebuah peningkatan dapat berupa kuantitas maupun kualitas. Hasil berupa kuantitas yaitu jumlah yang merupakan hasil dari sebuah proses peningkatan, sedangkan hasil berupa kualitas yaitu nilai suatu objek yang juga merupakan hasil usaha peningkatan.

Selain itu menurut Riyanto menjelaskan bahwa peningkatan pendapatan adalah kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan modal untuk menghasilkan laba maksimal selama periode tertentu.Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai peningkatan pendapatan adalah kemampuan suatu usaha dengan seluruh modal yang bekerja didalamnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu.<sup>41</sup>

Pendapatan adalah sejumlah jenis balas jasa yang diterima, faktor-faktor produksi yang turut serta dalam proses produksi yaitu upah dan gaji, sewa tanah, bunga, modal dan keuntungan.

---

<sup>41</sup> Teguh Riyanto, “ Akuntabilitas Finansial Dalam Pengelolaan Akolasi Dana Desa (ADD) Di Kantor Desa Perangkat Selatan Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara, Jurnal Administrasi Negara Vol. 2 No. 1, 2022, h. 122 .

Pendapatan adalah penghasilan yang berasal dari aktivitas normal dari suatu aktivitas dari suatu entitas dan merujuk kepada istilah yang berbeda seperti penjualan, pendapatan, bunga dan dividen.<sup>42</sup>

Pendapatan adalah pendapatan uang yang diterima dan diberikan kepada subjek ekonomi berdasarkan prestasi-prestasi yang diserahkan yaitu berupa pendapatan dari profesi yang dilakukan sendiri atau usaha perorangan dan pendapatan dari kekayaan. Besarnya pendapatan seseorang bergantung pada jenis pekerjaanya.<sup>43</sup>

Pendapatan merupakan kenaikan kotor dalam aset atau penurunan liabilitas atau gabungan dari keduanya selama periode yang dipilih oleh peryataan pendapatan yang berakibat dari investasi, perdagangan, memberikan jasa atau aktivitas lain yang bertujuan meraih keuntungan.<sup>44</sup>

Pendapatan merupakan penerimaan dari hasil yang diperoleh dalam melakukan kegiatan ekonomi berkaitan dengan aktivitas usaha dan hasil penjualan faktor produksi yang dimiliki perusahaan.

<sup>42</sup> Riski Wulandari and Hari Subiyantoro, 'Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut', *Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut*, 1.4 (2023), 408–20.

<sup>43</sup> Megasari, Megasari, et al. "Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Digital Berbasis Android Pada Pelaku Umkm Kelurahan Kambo." *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS* 1.2 (2023): 182-190..

<sup>44</sup>Siti Mariam and Findy Yuliani, "Faktor\_Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Di Kecematan Tanjung Priok Jakarta Utara (Studi Kasus Binaan Jakpreneur)" *Lentera Bisnis*, 11.2 (2022), 181–89 <<https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.566>>.

Pendapatan dapat diartikan sebagai hasil yang diterima oleh seseorang dalam bentuk uang, baik tunai maupun non-tunai ketika terjadi transaksi antara pedagang dan pembeli dalam suatu kesepakatan bersama.<sup>45</sup>

### **b. Jenis – jenis peningkatan pendapatan**

- 1) Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan produk atau jasa dalam periode tertentu dalam rangka kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (*operasi*) pokok perusahaan yang bersangkutan. Pendapatan ini sifatnya normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melangsungkan kegiatannya.

Pendapatan operasional dapat diperoleh dari dua sumber, yaitu:<sup>46</sup>

- a) Penjualan kotor yaitu merupakan semua hasil ataupenjualan barang-barang produk maupun jasa sebelum dikurangi dengan berbagai potongan- potongan atau pengurangan lainnya untuk dibebankan kepada langganan-langganan atau yang membutuhkan.
- b) Penjualan bersih yaitu merupakan hasil penjualan yang sudah diperhitungkan atau dikurangkan dengan berbagai potongan-potongan yang menjadi hak pihak pembeli.

---

<sup>45</sup> kurniati sari hotisam endang, khoirunnisa afifah, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Di Kecamatan Baki’, *Management Studies and Entrepreneurship*, 5.2 (2024), 3506–18.

<sup>46</sup> Soekartawi. 2021. Pengantar Agroindustri. Edisi 1. Jakarta : Cetakan 2. PT Raja Grafindo Persada. Hal 152.

- 2) Pendapatan non Operasional Pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu, akan tetapi bukan diperoleh dari kegiatan operasional utama perusahaan.

### **c. Indikator Peningkatan Pendapatan**

Adapun indikator peningkatan pendapatan menurut Bramastuti yaitu:

- 1) Modal

Modal merupakan sekumpulan uang, dana, atau barang yang menjadi dasar dalam suatu kegiatan usaha, untuk dapat menjalankan usaha diperlukan modal awal untuk memulai suatu usaha, yang mana nilainya bervariasi tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. Semakin besar modal yang digunakan untuk berusaha, maka barang yang diproduksi juga akan meningkat sehingga pendapatan yang diperoleh akan semakin meningkat.

- 2) Produk

Produk adalah suatu faktor penting dalam meningkatkan suatu pendapatan semakin besar modal maka akan semakin besar produk yang dihasilkan juga semakin banyak pendapatan yang diterim jika lebih sedikit modal, maka lebih sedikit produk yang akan diproduksi, dengan begitu lebih sedikit pendapatan yang diterima.

- 3) Tenaga kerja

Seseorang yang memberikan keterampilan, kekuatan mental, dan kemampuan untuk menghasilkan suatu barang ataupun jasa bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Tenaga kerja merupakan

setiap orang yang mempunyai skill atau kemampuan dalam melakukan kegiatan produksi barang maupun jasa.

#### 4) Jumlah keuntungan

Jumlah keuntungan merupakan faktor terpenting dalam keberhasilan suatu usaha, dimana hasil dari keuntungan tersebut menjadikan indikator untuk melihat bahwa usaha yang dijalankan tersebut semakin berkembang. Jumlah produk yang dihasilkan banyak, maka jumlah keuntungan atau pendapatan yang diterima akan meningkat.

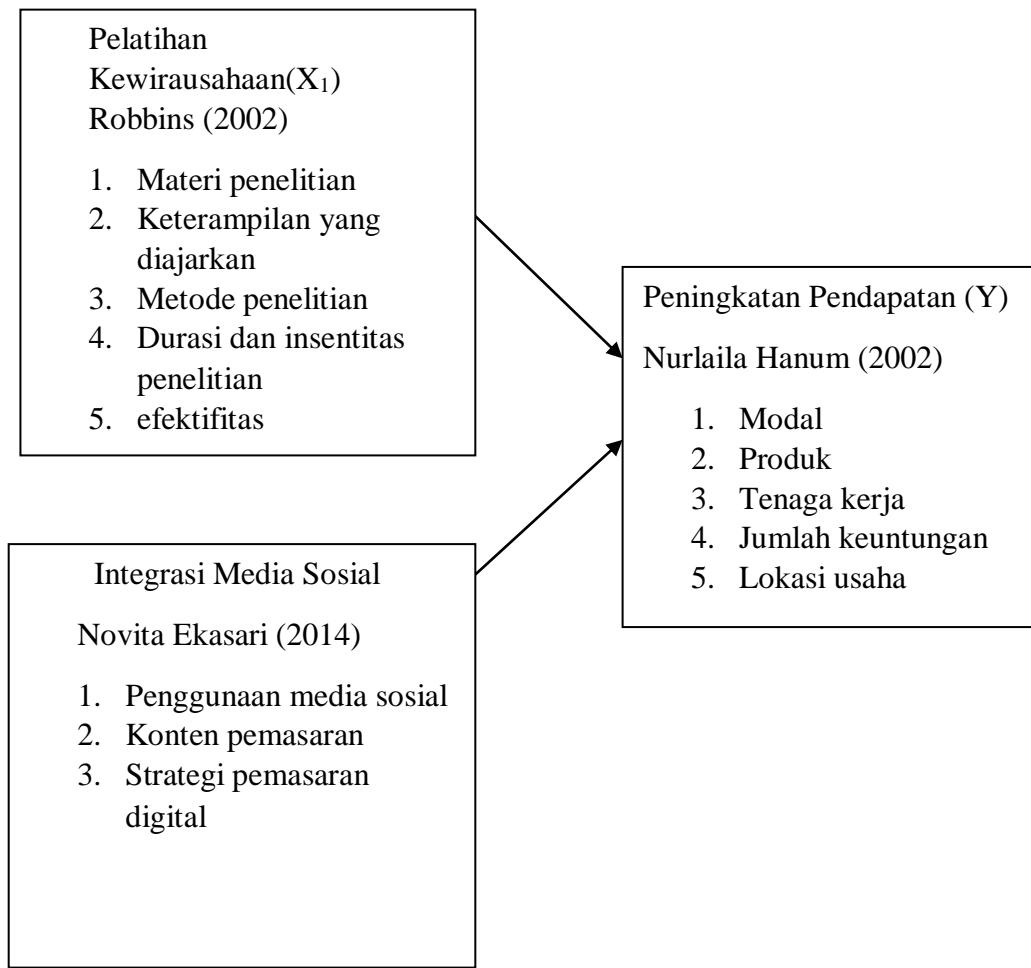
#### 5) Lokasi usaha

Merupakan tempat berlangsungnya usaha dalam segala aktivitasnya, mulai dari mencari barang dan produk, sampai menjualnya kepada pelanggan. Memilih tempat usaha yang tepat akan sangat baik dan dapat menunjang keberhasilan suatu usaha begitu juga dengan penghasilan yang akan diterima, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah tempat usaha untuk dijangkau oleh para pelanggan, maka penghasilan usaha yang diterima juga bisa meningkat.

### C. Kerangka Pikir

Penelitian ini memiliki Variabel Independen yaitu, Pelatihan Kewirausahaan (X1) dan Integrasi Media sosial (X2) Sedangkan Variabel Dependen yang digunakan adalah peningkatan pendapatan UMKM (Y).

**Gambar 2.1 KerangkaPikir**



### **HipotesisPenelitian**

1.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh pelatihan kewirausahaan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

$H_1$  : Diduga pelatihan kewirausahaan berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

2.  $H_0$  : Tidak Terdapat pengaruh integrasi media sosial Terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

$H_2$  : Diduga integrasi media sosial berpengaruh Terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

3.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi Media Sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

$H_3$  : Terdapat pengaruh pelatihan kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial terhadap Peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/*statistic*, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>47</sup>

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Palopo, peneliti memilih daerah kota Palopo untuk penelitian karena peneliti ingin mengetahui pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Palopo. Adapun waktu yang digunakan peneliti pada Agustus – September 2024.

---

<sup>47</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017).

### C. Definisi Operasional

**Tabel 3.1** DevinisiOperasionalVariabel

Variabe	Devinisi	Indicator
Pelatihan kewirausahaan (X1)	<p>Pelatihan kewirausahaan adalah merupakan investasi organisasi yang penting dalam sumber daya manusia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Materi penelitian</li> <li>2. Keterampilan yang diajarkan</li> <li>3. Metode penelitian</li> <li>4. Durasi dan investasi penelitian</li> <li>5. efektivitas</li> </ul>
Integrasi Media sosial( X2)	<p>Integrasi media sosial adalah salah satu cara untuk memberikan kepribadian pada merek Anda dan memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan Anda</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan media sosial</li> <li>2. Konten pemasaran</li> <li>3. Strategi pemasaran digital</li> </ul>
Peningkatan pendapatan (Y)	<p>Riyanto menjelaskan bahwa peningkatan pendapatan adalah kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan modal untuk menghasilkan laba maksimal selama</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1. Modal</li> <li>2. Produk</li> <li>3. Tenaga kerja</li> <li>4. Jumlah keuntungan</li> <li>5. Lokasi usaha</li> </ul> <p>Nurlaila Hanum</p>

---

periode tertentu

---

#### D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu wilaya generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki nilai dan sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulanya. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasinya adalah seluruh UMKM yang berada di Kota Palopo yang berjumlah 105 unit pengguna media sosial.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik populasi yang akan dipelajari.<sup>48</sup> Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *Probability sampling*. *Simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dilakukan secara acak. Metode ini digunakan bila anggota populasi dianggap homogen. Simple random sampling adalah suatu proses memilih dan mengambil sampel dari populasi yang mempunyai peluang yang sama untuk dipilih.<sup>1</sup> Maka penetapan jumlah sampel dengan menggunakan Rumus Solvin. Rumus Solvin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuantitatif. Rumus Slovin biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel.

---

<sup>48</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung : Alfabeta, 2016) 149

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel/jumlah responden

$N$  = Ukuran populasi

$E$  = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel

yang masih bisa ditolerir;  $e= 0,2$ .

$$n = \frac{n}{1 + n(e)^2}$$

$$n = \frac{105}{1+105 (0,01)}$$

$$n = \frac{105}{1+1,05}$$

$$n = \frac{105}{2,05}$$

$$n = 51,21$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka total sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 51 UMKM. Total ini dalam penelitian dinilai sudah cukup untuk mewakili dari total populasi pada UMKM Kota Palopo.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah observasi, dan angket.

Antara lain:

1. Observasi

Peneliti melihat secara nyata di lokasi tanpa ada bantuan lain untuk pengamatan.

2. Angket (kuesioner)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya.<sup>49</sup>

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrument penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa angket (kuesioner) yang berisi pernyataan yang dibuat oleh peneliti dan disebarluaskan ke responden dengan menggunakan alat ukur skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Skala likert yang digunakan menurut Sugiyono yaitu menggunakan skala likert 1-4.<sup>50</sup> Jawaban untuk setiap instrumen pada skala likert diberi skor dari yang sangat positif sampai sangat negatif, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Sangat setuju (SS) diberi skor 4
2. Setuju (S) diberi skor 3

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017).225

<sup>50</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2019).168

3. Tidak setuju (TS) diberi skor 2
4. Sangat tidak setuju (STS) 1

## **G. Uji instrument**

### 1. Uji validitas

Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Suatu instrument pengukuran dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya di ukur. dengan kata lain instrument tersebut dapat mengukur construct sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti. Uji ini dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah instrument pengukuran data dan data yang dihasilkan disebut riabel atau terpercaya apabila instrument itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.<sup>51</sup>

## **H. Teknik Analisis Data**

Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan beberapa teknik analisis data, antara lain:

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji normalitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai residiu/ perbedaan yang ada dalam penelitian memiliki distribusi normal

<sup>51</sup>Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, 5th Ed (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro: Universitas Diponegoro, 2014).218

atau tidak normal. Nilai residu dapat diketahui dari kurva dalam output analisis SPSS berupa suatu bentuk kurva seperti lonceng ( bell-shaped curve) jika data berdistribusi normal. Secara deskriptif, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandardkan. Adapun secara statistic, uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis explore dan menggunakan nilai signifikan pada kolom kolmogorov-smirnov.

b) Uji linearitas

Uji linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variable yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variable yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikans. Uji linearitas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan kolerasi.<sup>52</sup>

c) Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan antara variable bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi (signifikan), berarti ada aspek yang sama di ukur pada variable bebas. Hal ini tidak layak digunakan untuk menentukan kontribusi secara bersama-sama variable bebas terhadap variable terikat.

---

<sup>52</sup>Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

#### d) Uji Heterokedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heterokedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heterokedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini.<sup>53</sup>

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk melihat bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Y), ketika terdapat dua atau lebih variabel independent (X) sebagai factor predictor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Maka bentuk persamaan regresi linear berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = peningkatan pendapatan

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien Pengetahuan Kewirausahaan

$\beta_2$  = Koefisien Media Sosial

$X_1$  = Pelatihan Kewirausahaan

$X_2$  = Integrasi Media Sozial

$e$  = Eror term

---

<sup>53</sup>Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

### 3. Uji hipotesis

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini peneliti menggunakan uji t dan uji f yaitu:

a) Uji parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan dengan menguji masing-masing koefisien regresi secara parsial.<sup>54</sup> Dengan menguji masing-masing variabel dependen yaitu variabel pelatihan kewirausahaan (X1), dan integrasi media sosial (X2) terhadap peningkatan pendapatan (Y).

b) Uji Simultan (uji f)

Dalam uji simultan (Uji f) estimasi atas seluruh koefisien regresi dilakukan secara bersama-sama dalam satu hipotesis.<sup>1</sup> Digunakan untuk menguji hubungan pengaruh secara simultan semua variabel dependent pelatihan kewirausahaan (X1), integrasi media sosial (X2) berpengaruh terhadap variabel independen peningkatan pendapatan (Y).

### 4. Koefisien determinasi R<sup>2</sup>

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen pada model regresi. Nilai R<sup>2</sup> akan berkisar antara 0 hingga 1.

---

<sup>54</sup>I Made Sudana Rahmat Heru, *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS* (Jakarta: Erlangga, 2018).152

Semakin tinggi nilai  $R^2$  semakin andal kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel dependen.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>I Made Sudana Rahmat Heru, *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS* (Jakarta: Erlangga, 2018).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian**

Kota Palopo ini dulunya bernama Ware yang dikenal dalam Epik La Galigo. Nama "Palopo" ini diperkirakan mulai digunakan sejak tahun 1604, bersamaan dengan pembangunan Masjid Jami' Tua. Kata "Palopo" ini diambil dari kata bahasa Bugis-Luwu. Artinya yang pertama adalah pengangan yang terbuat dari ketan, gula merah, dan santan. Yang kedua berasal dari kata "Palopo'i", yang artinya tancapkan atau masukkan. "Palopo'i" adalah ungkapan yang diucapkan pada saat pemancangan tiang pertama pembangunan Masjid Jami' Tua. Dan arti yang ketiga adalah mengatasi. Arti lainnya adalah pohon kemuning (Murraya paniculata), yang mungkin banyak tumbuh di daerah Palopo pada masa lalu.

Palopo dipilih untuk dikembangkan menjadi ibu kota Kesultanan Luwu menggantikan Amassangan di Malangke setelah Islam diterima di Luwu pada abad XVII. Perpindahan ibu kota tersebut diyakini berawal dari perang saudara yang melibatkan dua putera mahkota saat itu. Perang ini dikenal dengan Perang Utara-Selatan. Setelah terjadinya perdamaian, maka ibu kota dipindahkan ke daerah di antara wilayah utara dan selatan Kesultanan Luwu.

Kota dilengkapi dengan alun-alun di depan istana, dan dibuka pula pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat. Lalebbata menjadi pusat kota kala

itu. Dalam kajian M. Irfan Mahmud, pusat kota ini melingkar seluas kurang lebih 10 ha, yang meliputi kampung Amassangan dan Malimongan.

Dalam perkembangannya, maka perlahan-lahan Palopo meluaskan wilayahnya dengan terbukanya kluster kampung tingkat kedua, yakni Surutanga. Luasan wilayah kluster kedua ini sekitar 18 ha, dan diyakini dulunya menjadi pemukiman rakyat dengan aktivitas sosial-ekonomi yang intensif. Menurut penelitian, diduga bahwa Kampung Surutanga ini dihuni hampir semua golongan rakyat. Dengan lokasi yang dekat dengan pantai dan areal persawahan, maka sebagian besar masyarakat Surutanga saat itu bekerja sebagai nelayan dan petani. Pada kontek awal perkembangan Palopo ini, batas kota diyakini berada melingkar antara makam Jera' Surutanga di selatan, makam Malimongan di sisi barat, dan makam raja Lokkoe di utara Sungai Boting.

Perkembangan Palopo mengalami pasangsurut akibat insiden 23 Januari 1946 dan pemberontakan DI/TII. Pembangunan kembali bergairah ketika Abdullah Suara menjabat Bupati Luwu kala itu. Ia membangun banyak infrastruktur seperti Masjid Agung Luwu-Palopo, kantor Bupati Luwu (yang habis terbakar akibat rusuh pilkada beberapa waktu lalu), rumah jabatan Bupati (Saokotae), hingga Pesantren Modern Datok Sulaiman. Hal ini menjadikan Palopo sebagai ibu kota Kabupaten Luwu mulai menjadi mercusuar ekonomi di utara Sulawesi Selatan. Perlahan tetapi pasti, peningkatan status Kota Administratif (kotif) kemudian disandang di 4 Juli 1986 berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42

Tahun 1986. Seiring dengan perkembangan zaman, tatkala gaung reformasi bergulir dan melahirkan UU Nomor 22 Tahun 1999 dan PP Nomor 129 Tahun 2000, telah membuka peluang bagi kota administratif di seluruh Indonesia yang telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk dapat ditingkatkan statusnya menjadi sebuah daerah otonom.

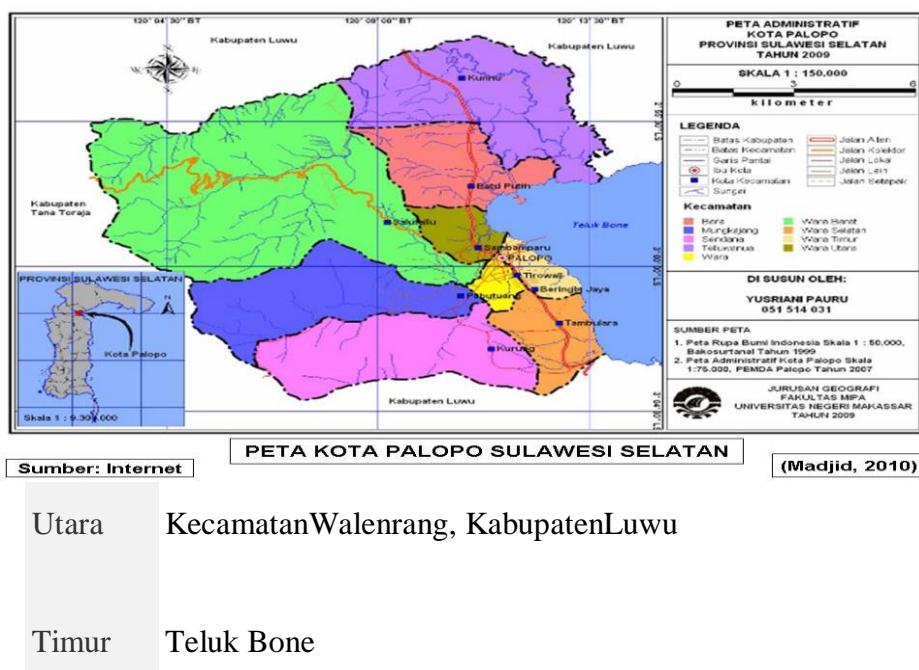
Ide peningkatan status Kotif Palopo menjadi daerah otonom bergulir melalui aspirasi masyarakat yang menginginkan peningkatan status kala itu, yang ditandai dengan lahirnya beberapa dukungan peningkatan status Kotif Palopo menjadi Daerah Otonom Kota Palopo dari beberapa unsur kelembagaan penguat seperti

- a. Surat Bupati Luwu nomor 135/09/TAPEM tanggal 9 Januari 2001 tentang Usul Peningkatan Status Kotif Palopo menjadi Kota Palopo;
- b. Keputusan DPRD Kabupaten Luwu Nomor 55 Tahun 2000 tanggal 7 September 2000 tentang Persetujuan Pemekaran/Peningkatan Status Kotip Palopo menjadi Kota Otonomi;
- c. Surat Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan nomor 135/922/OTODA tanggal 30 Maret 2001 tentang Usul Pembentukan Kotif Palopo menjadi Kota Palopo;
- d. Keputusan DPRD Provinsi Sulawesi Selatan nomor 41/III/2001 tanggal 29 Maret 2001 tentang Persetujuan Pembentukan Kotif Palopo menjadi Kota Palopo;
- e. Hasil Seminar Kota Administratif Palopo Menjadi Kota Palopo;

- f. Surat dan dukungan Organisasi Masyarakat, Organisasi Politik, Organisasi Pemuda, Organisasi Wanita, dan Organisasi Profesi;
- g. Disertai dengan Aksi Bersama LSM Kabupaten Luwu memperjuangkan Kotif Palopo menjadi Kota Palopo, kemudian dilanjutkan oleh Forum Peduli Kota.

Kota Palopo yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2002 tanggal 10 April 2002 tentang Pembentukan Kabupaten Mamasa (Sulawesi Barat) dan Kota Palopo (Sulawesi Selatan) terletak pada  $02^{\circ}53'15''$  -  $03^{\circ}04'08''$  LS dan  $120^{\circ}03'10''$  -  $120^{\circ}14'34''$  BT dengan batas administratif sebagai berikut:

Gambar 4.1 Peta Kota Palopo Sul-Sel



Selatan	Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu
Barat	Kecamatan Walenrang dan Kecamatan Bassesang Tempe Kabupaten Luwu

## 2. Karakteristik Responden

Berdasarkan responden yang dipilih adalah berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir. Karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran terhadap sampel dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan 78 orang pelaku usaha sebagai responden. Berikut ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia

### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

**Tabel 4.1**Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase %
1.	Laki-laki	14	27,45%
2.	Perempuan	37	72,54%
<b>Total</b>		51	100%

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan jumlah responden 51 pelaku usaha yang terdiri dari perempuan berjumlah 63 dengan persentase 72,54% dan laki- laki berjumlah 14 dengan persentase 27,45%. Dengan ini dapat dilihat bahwa persentase responden yang berjenis kelamin perempuanlah yang mendominasi.

### **b.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

**Tabel 4.2** Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase%
1.	19	11	21,57%
2.	20-29	31	60,78 %
3.	30-39	8	15,69%
4.	40-49	1	1,96,%
5.	50-59	0	0,%
<b>Total</b>		51	100%

Karakteristik Berdasarkan tabel diatas,menunjukan bahwa usia dari 78 responden. Rentang usia dimulai dari usia dari 19 tahun berjumlah 1 orang(0,01%), usia 20-29 tahun berjumlah 31 orang (58,78%), usia 30-39 berjumlah 8 orang (15,69%), usia 40-49 berjumlah 1 orang (1,96%) dan usia 50-59 berjumlah 0 orang (0%).

### **c. Karakteristik Responden Berasarkan Pendidikan Terakhir**

**Tabel 4.3** Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase %
1.	SMA	24	47,10%
2.	S1	26	50,98%
3.	S2	1	1,96%
4.	S3	0	0%
<b>Total</b>		51	100%

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh pendidikan terakhir responden yaitu, SMA berjumlah 24 orang atau 47,10%, S1 berjumlah 26 orang atau 50,98%, S2 berjumlah 1 orang atau 1,96%, S2 berjumlah 0 orang atau 0%.

### 3. Uji Instrumen

#### a. uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan atau kesahihan kuesioner. Jika kuesioner valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur uji validitas ini yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir setiap pernyataan pada kuesioner tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Dan  $degree\ df freedom(df) = n-2$ ,  $df = 127 - 2$ ,  $df = 125$  dengan alpa 0,1 didapat  $r_{tabel}$  sebesar 0,146. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti pernyataan tersebut valid.

**Tabel 4.4** Hasil Uji Validasi Variabel Pelatihan Kewirausahaan

No	Pearson Correlation $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,537	0,268	Valid
2	0,311	0,268	Valid
3	0,624	0,268	Valid
4	0,825	0,268	Valid
5	0,421	0,268	Valid
6	0,537	0,268	Valid
7	0,750	0,268	Valid

8	0,558	0,268	Valid
9	0,712	0,268	Valid
10	0,297	0,268	

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.4 diatas pada kolom *person correlation* ( $r_{hitung}$ ), setiap item pernyataan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,268. Artinya instrumen penelitian untuk variabel Pelatihan Kewirausahaan (X1) dinilai dari semua 10 butir pernyataan dinyatakan Valid.

**Tabel 4.5** Hasil Uji Validasi Variabel Intaegrasi Media Sosial

No	Pearson Correlation $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,442	0,268	Valid
2	0,469	0,268	Valid
3	0,505	0,268	Valid
4	0,680	0,268	Valid
5	0,443	0,268	Valid
6	0,678	0,268	Valid
7	0,619	0,268	Valid
8	0,440	0,268	Valid

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.5 diatas pada kolom *person correlation* ( $r_{hitung}$ ). Setiap item pertanyaan menghasilkan koefision korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,268. Artinya instrumen penelitian untuk variabel Integrasi Media Sosial (X2) dinilai dari semua 8 butir pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel 4.6** Uji Validasi Variabel Peningkatan Pendapatan UMKM

No	Pearson Correlation $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,610	0,268	Valid
2	0,495	0,268	Valid
3	0,675	0,268	Valid
4	0,746	0,268	Valid
5	0,554	0,268	Valid
6	0,505	0,268	Valid
7	0,741	0,268	Valid
8	0,511	0,268	Valid
9	0,610	0,268	Valid
10	0,301	0,268	Valid

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.6 diatas pada kolom *person Correlation* ( $r_{hitung}$ ), setiap item pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi yang lebih dari  $r_{tabel}$  yaitu  $> 0,268$ . Artinya instrumen penelitian untuk variabel Pendapatan UMKM (Y) dinilai dari 10 butir peryataan dinyatakan valid.

### b. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terdapat peryataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur realibilitas jika memberikan nilai nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ . Sedangkan jika sebaliknya data tersebut dikatakan tidak reabel (Ghozali).

**Tabel 4.7** Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pelatihan Kewirausahaan (X1)	0,756	Reliabel
Integrasi Media Sosial (X2)	0,643	Reliabel
Pendapatan UMKM (Y)	0,775	Reliabel

Berdasarkan uji Reliabilitas pada tabel 4.7 diatas didapatkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga disimpulkan bahwa data setiap pertanyaan dalam angket untuk masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

### c. Uji Normalitas

**Tabel 4.8** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,75514648
	Absolute	,085
Most Extreme Differences	Positive	,045
	Negative	-,085
Kolmogorov-Smirnov Z		,607
Asymp. Sig. (2-tailed)		,855

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,855 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normal.

#### d. Uji Multikolonieritas

**Tabel 4.9** Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Pelatihan Kewirausahaan	0,458	2,184
Integrasi Media Sosial	0,458	2,184

Dari hasil tabel 4.9 dapat diketahui bahwa tidak ada masalah multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari nilai VIF untuk kedua variabel independen kurang dari <10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 yang dapat disimpulkan bahwa dari data diatas tidak menjadi multikolinieritas.

#### e. Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4.10** Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1	(Constant)	3,474	2,021		1,719 ,092
	PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN	-,056	,081	-,146	-,691 ,493
	HAAN				
	INTEGRASI SOSIAL MEDIA	,024	,106	,047	,224 ,824

a. Dependent Variable: ABS\_Res

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan uji glestser pada tabel Pelatihan kewirausahaan (X1) sebesar 0,493 dan integrasi media sosial (X2) sebesar 0,824. Artinya bahwa semua nilai

$\text{sig} > 0,5$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### f. Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.11** Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,330	3,531		,138
	PELATHAN KEWIRAUSAHAAN	,410	,141	,403	,005
	INTEGRASI SOSIAL MEDI	,552	,186	,412	,005
	A				

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM

Dari tabel diatas, maka hasil yang diperoleh dimasukan dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Dimana: } Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 5,330 + 0,410X_1 + 0,552X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan diatas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal antara lain:

1.  $H_1$  = Koefisien regresi variabel pelatihan kewirausahaan ( $X_1$ ) adalah 0,410 yang artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel pelatihan kewirausahaan satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel pendapatan UMKM akan naik sebesar 0,410.
2.  $H_2$  = Koefisien regresi variabel integrasi media sosial ( $X_2$ ) adalah

0,552 yang artinya setiap kenaikan satu skor variabel integrasi media sosial satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel pendapatan umkm akan naik sebesar 0,552.

3.  $H_3 = \text{Konstanta } 5,330$  artinya jika variabel pelatihan kewirausahaan ( $X_1$ ),integrasi media sosial ( $X_2$ ) bernilai 0 (konstan) maka skor pendapatan umkm adalah 5,330.

### **g. Uji Hipotesis**

#### **1) Uji Parsial (Uji t)**

Dengan tingkatan kesalahan 0,1 dan *degree of freedom(df)= n-k*, dimana nilai n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen, maka  $df= 52-2$  yaitu sebesar 50. Dengan df adalah 50 maka  $t_{tabel}$  adalah 2,008.  $H_a$  diterimah jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan mempunyai nilai signifikan  $<0,05$  dan  $H_a$  ditolak jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan mempunyai signifikan  $> 0,05$ .

**Tabel 4.12** Hasil Uji Parsial (Uji T)

**Coefficients<sup>a</sup>**

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	5,330	3,531		1,509	,138
	PELATHAN KEWIRASAHA AAN	,410	,141	,403	2,908	,005
	INTEGRASI SOSIAL MEDI A	,552	,186	,412	2,973	,005

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM

Hasil uji dilihat pada tabel 4.12 dapat diketahui  $t_{hitung}$  pada variabel pelatihan kewirausahaan sebesar 2,908 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,008 dan mempunyai nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Untuk variabel integrasi media sosial

dapat diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 2,973 lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,008 dan mempunyai signifikan  $0,005 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial berpengaruh positif terhadap pendapatan umkm.

## 2) Uji simultan (Uji f)

**Tabel 4.13** Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	518,615	2	259,308	32,794
	Residual	379,542	48	7,907	
	Total	898,157	50		

a. Dependent Variable: PENDAPATAN\_UMKM

b. Predictors: (Constant), INTEGRASI\_SOSIAL\_MEDIA, PELATHAN KEWIRAUSAHAAN

Dengan tingkat kesalahan 0,1 dan *degree of freedom* (df) = n-k, dimana n adalah jumlah sampel, k adalah jumlah variabel independent, maka df = 52-2 yaitu sebesar 50. Dengan df adalah 50 maka  $f_{tabel}$  adalah 3,18. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pelatihan kewirausahaan (X1) dan integrasi media sosial (X2) secara simultan terhadap pendapatan umkm (Y) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $f_{hitung} 32,794 > f_{tabel} 3,18$ , sehingga dapat disimpulkan terhadap pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial secara simultan terhadap pendapatan umkm.

## 3) Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Ujiini dilakukan untuk melihat persentasi Variabel-variabel bebas mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat.

Dalam hal ini dilakukan untuk melihat seberapa besar persentasi pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap pendapatan umkm.

**Tabel 4.14** KoefisienDeterminasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,760 <sup>a</sup>	,577	,560	2,812

a. Predictors: (Constant), INTEGRASI\_SOSIAL\_MEDIA,  
PELATIHAN KEWIRUSAHAAN

Dari hasil uji koefisien determinasi (R Square) dapat diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,577. Besarnya angka koefisien determinasi ( R Square) 0,577 atau sama dengan 57,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap pendapatan umkm. sebesar 57,7%. sedangkan sisanya ( $100\% - 57,7\% = 42,3\%$  ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresiini. Besarnya pengaruh variabel lain ini sering disebut error (e).

## B. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada umkm dengan objek penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap pendapatan umkm. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada para umkm dengan sampel yang telah ditentukan

sebanyak 52 responden.

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap pendapatan umkm di kota palopo, secara parsial maupun simultan. Penjelasan penelitian ini akan dijelaskan secararinci sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan terhadap Pendapatan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian, pelatihan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Palopo. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan wirausaha dalam mengelola usaha, sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2017). Pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk memberdayakan wirausaha dengan keterampilan dan kemampuan yang diperlukan untuk menjalankan usaha yang sukses (Kuratko, 2017).

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, dengan nilai B sebesar 0,410 dan nilai Sig. sebesar 0,005 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelatihan kewirausahaan yang diterima oleh wirausaha, maka akan semakin tinggi pendapatan UMKM tersebut.

### **2. Pengaruh Integrasi Media Sosial terhadap Pendapatan UMKM**

Berdasarkan hasil penelitian, integrasi media sosial juga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Palopo. Hal ini sejalan

dengan teori yang menyatakan bahwa integrasi media sosial dapat meningkatkan visibilitas dan promosi produk atau jasa, sehingga dapat meningkatkan pendapatan (Kaplan & Haenlein, 2010). Integrasi media sosial bertujuan untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan membangun brand awareness (Trainor, Andzulis, Rapp, & Agnihotri, 2014).

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa integrasi media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, dengan nilai B sebesar 0,552 dan nilai Sig. sebesar 0,005 ( $< 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik integrasi media sosial yang dilakukan oleh wirausaha, maka akan semakin tinggi pendapatan UMKM tersebut.

### **3. Pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap pendapatan umkm dikota palopo.**

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Nilai F hitung sebesar 32,794 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan adalah signifikan. Artinya, kombinasi dari pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan UMKM.

- a. Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai R sebesar 0,760, R Square sebesar 0,577, dan Adjusted R Square sebesar 0,560. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki

kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dalam pendapatan UMKM. Nilai R Square sebesar 0,577 menunjukkan bahwa sekitar 57,7% variasi dalam pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial.

- b. Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang signifikan bagi pengembangan UMKM di Kota Palopo. Pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan pendapatan UMKM. Oleh karena itu, pemerintah dan lembaga terkait dapat mempertimbangkan untuk menyediakan pelatihan kewirausahaan dan mendukung integrasi media sosial bagi UMKM di Kota Palopo.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Tujuan dari penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh literasi kewirausahaan dan literasi digital marketing terhadap eksistensi UMKM di Kabupaten Luwu Timur. Berdasarkan uraian data yang telah dianalisis dan dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kota Palopo. Ditemukan bahwa pelatihan kewirausahaan yang berkualitas dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan wirausaha, sehingga semakin baik pelatihan yang diterima, semakin tinggi pendapatan yang dapat diperoleh. Selain itu, integrasi media sosial juga terbukti berkontribusi positif terhadap pendapatan UMKM dengan meningkatkan visibilitas produk dan membangun interaksi yang lebih baik dengan pelanggan. Kombinasi antara kedua faktor ini menjelaskan sekitar 57,7% variasi dalam pendapatan UMKM, yang menandakan bahwa strategi ini efektif. Oleh karena itu, disarankan agar pelaku UMKM di Kota Palopo lebih aktif dalam mengikuti pelatihan dan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi untuk mendukung peningkatan pendapatan mereka secara berkelanjutan.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan efektivitas pelatihan kewirausahaan dan penggunaan media sosial di kalangan UMKM di Kota Palopo. Pertama, sangat disarankan agar perguruan tinggi dan lembaga terkait menyelenggarakan lebih banyak program pelatihan kewirausahaan yang terstruktur. Program ini sebaiknya tidak hanya bersifat teori, tetapi juga mencakup praktik langsung yang relevan dengan konteks usaha yang dihadapi oleh peserta. Selain itu, UMKM perlu didorong untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran, di mana dukungan teknis dan pelatihan dari pemerintah dan lembaga terkait dapat sangat membantu dalam mengajarkan cara mempromosikan produk secara efektif. Kerjasama antara pelaku UMKM dan institusi pendidikan juga perlu ditingkatkan, dengan tujuan menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan kewirausahaan. Selanjutnya, program monitoring dan evaluasi yang berkala harus diterapkan untuk menilai efektivitas pelatihan dan strategi pemasaran yang dijalankan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM di Kota Palopo dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anthony, Irwanto, and Mei Ie, ‘Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B Di Jakarta Barat’, 05.01 (2023), 259–67
- Ayunda, Kharina Permata, and Ernilia Achmad, ‘Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce , Media Sosial Dan Sosial Media Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah ( UMKM ) Fashion Di Kota Jambi’, *E-Jurnal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 11.3 (2023), 28–41
- Bambang supomo, Nur indriantoro, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1999)
- Elvina, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM)’, *ECOBISMA Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, 2.1, 722
- Ferdinand, Augusty, *Metode Penelitian Manajemen, 5th Ed* (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro: Universitas Diponegoro, 2014)
- Fitria, Aliah Noor, Christina, ‘Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fesyen Noor’, *Manajerial Dan Start-up Bisnis*, 8.2 (2023), 136–46
- Fasiha, Fasiha. "Ekonomi Dan Bisnis Islam dari Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam." (2016).
- Fayolle, A (2005) “Evaluation of entrepreneurship education: behavior performing or intention inceasing,
- Gonibala Nirfandi, Masinambow a.,j. Vecky, Maramis .b.Th Mauna, ‘Analisis Pengaruh Modal Dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM Di Kota Kotamabagu’, *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19.01 (2019), 56–67
- Haryanto, Malvin, Mei, ‘Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM’, *Manaerial Dan Kewirausahaan*, 5.2 (2023), 511–18
- Hendra, Safri, *KEWIRUSAHAAN* (Gowa Sulawesi Selatan: Aksara Timur, 2020)
- hotisam endang, khoirunnisa afifah, kurniati sari, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Di Kecamatan Baki’, *Management Studies and Entrepreneurship*, 5.2 (2024), 3506–18
- Isnaini, Syarifah, and Rizki Pratiwi Harahap, ‘Peranan Bank Syariah Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Pada Pedagang Pasar Sibolga Nauli’, *Akmami (Akuntasi, Manajemen, Ekonomi*, 4.2 (2023), 89–99

- Jaya, Umban Adi, and Anugerah Nur Raya, ‘Pengaruh E- Commerce Dan Media Social Terdapat Penjualan UMKM Di Era Pandemi (Studi Kasus Desa Cibolang)’, *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2.1 (2022), 378–87
- Kaspuddin, ‘Peran UMKM Terhadap Perekonomian Nasional’, *19 Desember*, 2022 <<https://www.metrokalimantan.com/2022/12/peran-umkm-terhadap-perekonomian.html>>
- Lail Aurel, Widjaja Hannes Oey, ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, Dan Inovasi Terhadap Keberhasilan Umkm Kedai Kopi’, *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05.03 (2023), 576–84
- loho.f gabriel, engka.m . s daisy, rorong f. pingkan ita, ‘Analisis Pengaruh Modal Dan Dana Bantuan Langsung Tunai Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Langowan Barat Kabupaten Minahasa Pada Masa Pendemi Covid-19’, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 3.1 (2023), 73–84
- Machali, Imam, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021)
- Muhajir, M. N. A., Hamida, A., Erwin, E., & Jabani, M. (2022). Apakah Modal Sosial Dan Kearifan Lokal Mempengaruhi Semangat Berwirausaha? Bukti Empiris Wirausaha Bugis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 222-230.
- mardinawati adhani budhi, somanto, santosa budi teguh, ‘Pengaruh Penggunaan Media Sosial Bagi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)’, *Aktual Akuntansi Bisnis Terapan*, 6.1 (2023), 58–71
- Mariam, Siti, and Findy Yuliani, ‘Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM Di Kecamatan Tanjung Priok Jakarta Utara ( STUDI KASUS BINAAN JAKPRENEUR )’, *Lentera Bisnis*, 11.2 (2022), 181–89 <<https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i2.566>>
- Megasari, M., Ambas, H., Ginanjar, M., Aqidah, A., Suci, S., Hatimah, H., & Hasnidar, H. (2023). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Digital Berbasis Android Pada Pelaku Umkm Kelurahan Kambo. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 1(2), 182-190.
- Moelrine, Afhi Fadhlika, and Rinaldi Syarif, ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Karakteristik Kewirausahaan Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur’, *Ikraith -Ekonomika*, 6.1 (2023), 127–37
- Pinem, Kristopani, Amrin Mulia, and Wan Suryani, ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Coffee Shop Di Kecamatan Medan Baru’, *Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1.6 (2024), 104–12
- Puspitarini, Nuraeni, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada Happy Go Lucky House)’, *Common*, 3.1 (2019), 71–80

Prasetyo Nur Cahyo, pengaruh media sosial dan perluasan akses pasar terhadap pendapatan umkm di bojonegoro

Rahmat Heru, I Made Sudana, *Metode Penelitian Bisnis & Analisis Data Dengan SPSS* (Jakarta: Erlangga, 2018)

Ramadhania, ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Praktek Kewirausahaan Dalam Menumbuhkembangkan Perilaku Kewirausahaan Mahasiswa ( Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Padang )’, *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9.2 (2018), 64–76

rini anggia nila maria, shihab rifki muhammad, ‘Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan UMKM’, *Strategi Media Sosial Untuk Pengembangan Umkm*, 2.2 (2018), 159–70 <<https://doi.org/10.21460/jutei.2018.22.125>>

rizky adiffa farrisach, sentosa endri, Nursina, ‘Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Kualitas Produk , Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Cabai PD Jaya Pasar Induk Kramatjati Jakarta Timur Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Persada Indonesia YAI Email ’:, *Ikrath-Ekonomika*, 6.2 (2023), 182–90

Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2017)

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013)

Tarantang jefry, ‘Perekembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia’, *Jurna Al-QARDH*, 4.1 (2019), 60–75

Viona, Aliah, Evi Susanti, Syafira Hanifa, Tri Ibnu Ridho, and Fitri Ayu Nofirda, ‘Analisis Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Peningkatan Omset Penjualan UMKM Di Pekanbaru’, *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3 (2023), 31021–29

Wijaya, Wilson Rendy, and Sarwo Edy Handoyo, ‘Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara’, *Manajerial Dan Kewirausahaan*, 05.03 (2023), 797–804

Wulandari, Riski, and Hari Subiyantoro, ‘Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut’, *Pengaruh Modal Usaha, Jam Kerja Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan UMKM Di Kecamatan Ngunut*, 1.4 (2023), 408–20

Wahid Bayu Laksono dan Mohammad Soleh, Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religius, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening, 1 Juni, 2022

Yunsepa, Yopi, Yuniarti Anwar, and Evan Triyudi, ‘Pengaruh Harga Kopi Terhadap Pendapatan Petani Distributor Al-Azaam Di Kecamatan Sungai Are Kabupaten Oku Selatan’, 8.1 (2020), 1–11

Yasir, J. R., Ilham, I., & Padli, K. (2022). Pengaruh modal, digitalisasi informasi

dan kreativitas terhadap peningkatan daya saing usaha mikro kecil menengah di Pelabuhan Tanjung Ringgit Kota Palopo. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(1), 23-36.

Yusmelinda, Al et zagoto, ‘Peran Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi’, *Peradaban Masyarakat*, 2.1, 117

L

A

M

P

I

R

A

N

## KOUSIONER

### **PENGARUH PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN INTEGRASI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN UMKM DI KOTA PALOPO**

Kepada yang terhormat Bapak/Ibu, pekerja nama saya Nalvia, saya mahasiswa semester akhir pada Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi. Penelitian ini mengenai pengaruh pelatihan kewirausahaan dan integrasi media sosial terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota palopo. Oleh karena itu, saya mohon kesediaanya untuk mengisis kuesioner ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman masing- masing, atas kesedian Bapak/ibu, saya ucapkan terimah kasih

## **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama

Jenis kelamin :Pria

Wanita

Pendidikan terakhir :SMA

D3

S1

S2

Usia : 19

20 -29

30-39

40-49

50-59

**Petunjuk :**

1. Isilah pernyataan dibawah ini sesuai dengan pendapatan anda.
2. Dimohon Kuesioner diisi sesuai dengan apa yang dirasakan, sesuai bobot yang di berikan.

Keterangan:

**1** = sangat tidak setuju

**2** = tidak setuju

**3** = setuju

**4** = sangat setuju

**Pelatihan kewirausahaan (X1)`**

No	Peryataan	Nilai			
		SS	S 3	TS	STS 1
		4		2	

1. Pelatihan kewirausahaan meningkatkan kesadaran peserta tentang pentingnya inovasi dalam menciptakan peluang bisnis baru.

2. Peserta pelatihan mulai melihat kewirausahaan sebagai jalan karir yang potensial dan memuaskan.
3. Melalui pelatihan, peserta memahami risiko dan manfaat dari menjalankan usaha sendiri
4. Peserta mengembangkan sikap positif terhadap tantangan dan kegagalan sebagai bagian dari proses belajar dalam berwirausaha.
5. Pelatihan ini mendorong peserta untuk lebih percaya diri dalam mengambil keputusan bisnis
6. Peserta menunjukkan peningkatan dalam inisiatif dan kemandirian dalam mengembangkan usaha mereka.
7. Pelatihan memberikan keterampilan teknis yang diperlukan untuk mengelola aspek operasional bisnis, seperti pembukuan dan manajemen persediaan.
8. Peserta belajar keterampilan pemasaran

digital untuk mempromosikan produk dan jasa mereka secara efektif.

9. Keterampilan negosiasi dan komunikasi yang diperoleh membantu peserta dalam berinteraksi dengan mitra bisnis dan pelanggan.

### **Integrasi media sosial (X2)**

No	Peryataan	Nilai			
		SS	S 3	TS	STS 1
1.	Media sosial membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara pengusaha dan pelanggan melalui interaksi yang lebih personal.				
2.	Melalui media sosial, pengusaha dapat memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik.				
3.	Media sosial memungkinkan pengusaha untuk menjalin kemitraan strategis				

dengan influencer dan komunitas online.

4. Penggunaan media sosial meningkatkan kecepatan dan efisiensi dalam menyampaikan informasi bisnis kepada pelanggan.
5. Media sosial menyediakan platform untuk komunikasi dua arah yang aktif antara pengusaha dan audiens mereka
6. Integrasi media sosial memungkinkan pengusaha untuk merespon pertanyaan dan keluhan pelanggan secara real-time
7. transaksi, media sosial menyediakan sarana untuk mengumpulkan feedback dari pelanggan guna meningkatkan kualitas produk dan layanan
8. Media sosial memungkinkan pengusaha untuk tetap terhubung dengan pelanggan melalui konten berkala dan penawaran khusus
9. Interaksi pasca transaksi di media sosial dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong repeat business

### **Peningkatan pendapatan (Y)**

No	Peryataan	Nilai			
		SS	S 3	TS	STS 1
		4		2	
1.	Pelatihan kewirausahaan dan penggunaan media sosial secara efektif dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan bisnis.				
2.	Penghasilan yang diterima meningkat seiring dengan kemampuan pengusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial				
3.	Diversifikasi produk dan layanan yang dipelajari dalam pelatihan dapat menambah sumber pendapatan baru bagi pengusaha				
4.	Dengan meningkatnya pendapatan, pengusaha dapat memperluas operasi bisnis mereka dan menciptakan lapangan kerja baru				
5.	Peningkatan pendapatan memungkinkan pengusaha untuk menginvestasikan				

- kembali dalam pelatihan karyawan,  
meningkatkan produktivitas dan kualitas  
kerja
6. Pengusaha dapat mempekerjakan staf  
tambahan untuk menangani berbagai  
fungsi bisnis, memperkuat kemampuan  
operasional mereka
  7. Peningkatan pendapatan memungkinkan  
pengusaha untuk menutupi biaya  
pendidikan anak-anak mereka dengan  
lebih baik
  8. Dengan pendapatan yang lebih tinggi,  
pengusaha dapat menyediakan fasilitas  
pendidikan yang lebih baik dan  
mendukung kegiatan ekstrakurikuler  
anak-anak mereka
  9. Pendapatan yang stabil memberikan  
keamanan finansial yang memungkinkan  
perencanaan pendidikan jangka panjang  
untuk anak-anak

### TABULASI DATA

XI.1	XI.2	XI.3	XI.4	XI.5	XI.6	XI.7	XI.8	XI.9	TOTAL
4	3	3	2	4	3	2	3	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	2	4	4	3	4	3	3	29
4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
3	1	2	1	1	1	1	2	2	14
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	3	4	4	3	3	4	4	3	32
4	3	2	2	3	3	4	4	4	29
3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	3	4	3	3	3	4	30
3	3	3	4	3	4	3	3	3	29
2	3	3	3	2	2	2	3	3	23
2	2	2	2	2	2	2	3	3	20
1	2	3	4	3	2	1	2	3	21
4	2	3	3	3	3	3	4	3	28
3	3	4	4	3	3	3	3	4	30
3	3	4	2	1	3	3	3	3	25
3	3	3	3	2	3	3	4	2	26
3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	4	3	3	3	4	31
3	4	4	4	4	3	4	2	2	30
4	4	4	3	3	2	1	2	3	26
3	4	4	4	3	3	3	3	4	31
3	1	3	4	2	1	3	1	2	20
4	2	4	3	1	1	2	2	3	22
3	4	4	3	3	3	3	1	1	25
3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	3	4	4	4	3	2	4	32
4	4	4	3	4	4	2	2	3	30
3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
2	2	2	3	2	1	3	2	2	19
4	3	2	4	3	2	3	2	2	25

4	3	4	4	3	2	4	4	4	32
4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
3	4	3	3	2	3	4	3	4	29
4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
4	4	3	4	4	3	4	3	4	33
4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
4	3	3	4	4	4	3	3	4	32
4	3	4	3	4	4	3	3	4	32
4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
4	3	4	3	3	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	3	4	3	4	33
4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
4	4	3	4	4	3	3	4	2	31
4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
4	4	4	3	4	3	4	3	4	33
4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
4	4	3	3	4	4	3	3	4	32
3	4	3	4	3	3	3	3	4	30
4	4	3	3	4	4	3	4	4	33
4	4	3	4	3	4	3	3	3	31
4	3	4	3	3	3	2	4	4	30
4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
4	4	4	3	3	4	4	4	3	33
4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
4	4	4	2	4	3	3	3	4	31
3	3	3	4	4	3	3	4	3	30
4	3	4	4	4	3	4	3	3	32
4	3	4	4	3	3	3	4	3	31
4	3	3	4	3	3	3	4	4	31
4	3	4	3	2	3	3	3	3	28
4	3	3	4	4	3	4	3	4	32
3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
4	3	4	4	3	4	4	3	4	33

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL
2	2	3	4	3	2	2	3	2	23
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	2	4	4	3	2	3	4	3	28
4	4	3	3	3	2	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	2	1	1	1	1	1	1	3	13
3	4	4	4	3	3	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
3	2	4	4	3	3	3	3	2	27
4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	4	3	3	4	33
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	3	3	3	3	2	3	2	2	24
4	2	2	2	2	3	2	2	1	20
1	2	3	4	4	3	2	1	3	23
4	3	3	3	3	3	3	4	3	29
4	3	4	4	4	4	3	4	4	34
3	3	3	3	4	4	4	4	3	31
3	4	3	3	4	3	3	3	2	28
3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
4	3	4	4	3	4	3	3	4	32
4	4	3	2	4	4	4	3	4	32
4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
2	4	3	4	3	3	2	4	4	29
3	3	3	4	2	3	3	4	3	28
4	3	4	3	4	4	4	3	3	32
4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
4	4	4	4	1	3	3	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	2	4	4	3	2	3	2	26
3	2	3	3	2	3	3	3	2	24

4	3	2	4	4	4	3	3	2	29
4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
3	2	4	4	3	2	3	3	4	28
4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	4	4	4	3	4	3	4	33
3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
3	4	4	4	3	4	3	3	4	32
4	4	3	4	4	3	4	3	4	33
4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
4	4	3	4	3	4	2	4	2	30
4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
3	3	3	4	3	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
4	3	3	4	4	4	3	3	3	31
4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
4	3	3	4	3	3	4	4	3	31
3	4	3	4	3	3	3	4	3	30
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	3	4	3	4	3	3	3	28
3	4	4	4	3	4	4	3	3	32
4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
4	3	4	3	4	4	3	3	4	32
4	3	4	4	3	4	4	3	4	33
2	2	3	4	3	4	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	2	3	4	4	3	3	4	4	30
3	3	4	3	4	3	3	3	2	28
4	3	4	3	4	3	4	3	3	31
4	3	4	4	3	4	4	3	4	33
3	4	3	4	3	4	3	4	3	31
4	3	4	4	3	4	3	4	4	33
3	4	4	3	4	4	3	4	4	33

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	TOTAL
3	2	2	4	3	2	2	2	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	3	4	4	3	2	4	3	30
4	4	3	4	4	3	3	3	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	1	2	2	1	1	2	2	2	15
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
3	3	4	2	2	2	4	4	4	28
2	3	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
3	3	3	3	4	4	3	3	3	29
2	3	2	4	3	3	3	3	3	26
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	2	1	3	3	2	2	2	3	21
3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
4	3	4	3	3	4	4	4	3	32
4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
3	3	3	3	4	4	3	4	3	30
4	3	4	3	4	3	4	4	2	31
3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
4	3	3	4	3	3	4	3	4	31
3	3	4	3	4	3	3	4	3	30
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
2	3	4	4	3	4	4	4	3	31
4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
2	2	3	3	4	4	4	4	4	30
3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
4	3	4	4	3	3	4	4	4	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	2	3	2	3	1	4	3	23
4	2	2	3	3	2	2	2	4	24

4	4	4	3	3	3	4	3	4	32
4	4	2	3	4	3	4	3	4	31
3	3	4	3	3	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	4	4	3	4	32
4	3	4	4	4	3	3	4	4	33
4	3	4	4	4	4	3	4	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
3	4	4	4	4	4	3	3	3	32
4	3	3	3	3	4	4	4	4	32
3	4	3	3	4	4	4	4	3	32
4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
3	4	3	4	3	3	4	4	4	32
4	4	2	4	3	4	3	3	4	31
4	4	3	3	2	3	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
3	4	4	3	4	3	3	4	4	32
4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
3	4	3	4	4	4	3	3	4	32
4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	4	30
3	4	4	3	3	3	3	3	4	30
4	3	4	3	4	3	4	3	2	30
3	4	3	4	3	2	3	4	4	30
3	4	4	3	2	3	4	3	3	29
4	3	3	4	3	4	3	4	4	32
3	4	3	4	4	3	3	4	3	31
4	3	4	4	3	4	4	4	4	34

**Lampiran 3: Hasil Uji Validitas**

**Pelatihan Kewirausahaan (X<sub>1</sub>)**

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOT AL
X1.1	Pearson Correlation	1	,381**	,321**	,089	,351*	,384*	,350**	,301*	,379**	,601*
	Sig. (2-tailed)		,001	,004	,436	,002	,001	,002	,007	,001	,000
X1.2	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,381*	1	,268*	,279*	,509*	,586*	,426**	,260*	,367**	,708*
X1.3	Sig. (2-tailed)		,001		,018	,013	,000	,000	,021	,001	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.4	Pearson Correlation	,321*	,268*	1	,118	,175	,321*	,197	,205	,290**	,480*
	Sig. (2-tailed)		,004	,018		,304	,126	,004	,083	,072	,010
X1.5	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,089	,279*	,118	1	,383*	,277*	,362**	,141	,220	,493*
X1.6	Sig. (2-tailed)		,436	,013	,304		,001	,014	,001	,219	,053
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,351*	,509**	,175	,383*	1	,572*	,353**	,260*	,360**	,699*
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,126	,001		,000	,002	,021	,001
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,384*	,586**	,321**	,277*	,572*	1	,483**	,476*	,464**	,802*

	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,014	,000		,000	,000	,000	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.7	Pearson Correlation	,350*	,426**	,197	,362*	,353*	,483*		,425*	,34	,689*
	n	*	*	*	*	*	*	1	*	1**	*
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,083	,001	,002	,000		,000	,002	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.8	Pearson Correlation	,301*	,260*	,205	,141	,260*	,476*		,425**	1	,47
	n	*	*	*	*	*	*		1	1**	*
	Sig. (2-tailed)	,007	,021	,072	,219	,021	,000		,000	,000	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.9	Pearson Correlation	,379*	,367**	,290**	,220	,360*	,464*		,341**	,471*	,674*
	n	*	*	*	*	*	*		1	*	*
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,010	,053	,001	,000		,002	,000	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
TOTAL	Pearson Correlation	,601*	,708**	,480**	,493*	,699*	,802*		,689**	,619*	,67
	n	*	*	*	*	*	*		1	4**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Integrasi Media Sosial (X<sub>2</sub>)

Correlations											
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOT AL	
X2.1	Pearson Correlation	1	,429**	,301**	,035	,227*	,347*	,499*	,329*	,275*	,599*





	Sig. (2-tailed)	,026	,002		,155	,011	,003	,000	,000	,306	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,213	,231*	,163	1	,411**	,317*	*	,189	,278*	,352*
Y.4	Sig. (2-tailed)	,062	,042	,155		,000	,005	,097	,014	,002	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,231*	,270*	,285*	,411*	*	1	,478*	*	,203	,413*
Y.5	Sig. (2-tailed)	,042	,017	,011	,000		,000	,075	,000	,132	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,084	,326*	,330*	,317*	,	,478**	1	,435*	,474*	,239*
Y.6	Sig. (2-tailed)	,465	,004	,003	,005	,000		,000	,000	,035	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,283*	,292*	,523*	*	,189	,203	,435*	*	1	,433*
Y.7	Sig. (2-tailed)	,012	,010	,000	,097	,075	,000		,000	,007	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,090	,279*	,496*	*	,278*	,413**	,474*	,433*	1	,257*
Y.8	Sig. (2-tailed)	,435	,013	,000	,014	,000	,000	,000		,023	,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,251*	,276*	,117	,352*	*	,172	,239*	,302*	,257*	1
Y.9	Sig. (2-tailed)	,027	,014	,306	,002	,132	,035	,007	,023		,000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
	Pearson Correlation	,496**	,607*	,657*	,551*	*	,630**	,673*	,678*	,674*	,520*
TOTAL	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas**

**Pelatihan kewirausahaan (X<sub>1</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	9

**Integrasi media sosial (X<sub>2</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,822	9

**Peningkatanpendapatan UMKM (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,789	9

### *Lampiran 5: T Tabel*

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

**Lampiran 6 : F tabel**

**Tabel Nilai t**

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghazali)

### Lampiran 7 : F tabel

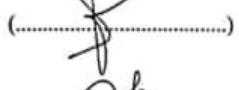
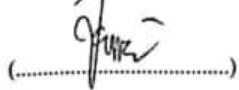
Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM DI Kota Palopo " yang ditulis oleh Nalvia NIM 2004030030, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Senin tanggal 18 November 2024 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

**TIM PENGUJI**

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
Ketua Sidang/Penguji  
  
(.....)
2. Ilham, S.Ag., M.A  
Sekretaris Sidang/Penguji  
  
(.....)
3. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.  
Penguji I  
  
(.....)
4. M.Ikhsan Purnama., S.E.Sy.,M.E.  
Penguji II  
  
(.....)
5. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
Pembimbing  
  
(.....)

*Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I.,M.H.I*

**NOTA DINAS PEMBIMBING**

Lamp. :

Hal : Skripsi a.n. Nalvia

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nalvia

NIM : 2004030030

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM DI Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pembimbing



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I.,M.H.I.

LAMPIRAN : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOMOR : 1215 TAHUN 2023  
TANGGAL : 19 DESEMBER 2023  
TENTANG : PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING DAN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA  
PROGRAM SARJANA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

- 
- I. Nama Mahasiswa : Nalvia  
NIM : 20 0403 0030  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
- II. Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Media Sosial Tiktok Shop terhadap Pendapatan UMKM di Kota Palopo
- III. Dosen Pembimbing dan Pengaji :
- Ketua Sidang : Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
Sekretaris : Dr. Fasiha, M.E.I.  
Pembimbing : Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
Pengaji Utama (I) : Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.  
Pembantu Pengaji (II) : Mu. Ihsan Purnama, S.E.Sy., M.E.Sy.



*Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.  
M.Ikhsan Purnama., S.E.Sy.,M.E  
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.*

---

**NOTA DINAS TIM PENGUJI**

Lamp. : \*

Hal. : Skripsi a.n. Nalvia

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nalvia

NIM : 2004030030

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM DI Kota Palopo

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

1. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy.  
Pengaji I

(.....)

2. M.Ikhsan Purnama., S.E.Sy.,M.E.  
Pengaji II

(.....)

3. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
Pembimbing

(.....)

## Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo

ORIGINALITY REPORT			
<b>7%</b>		<b>3%</b>	<b>1%</b>
SIMILARITY INDEX		INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>Submitted to IAIN Purwokerto</b> Student Paper	<b>1%</b>	
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>1%</b>	
<b>3</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>1%</b>	
<b>4</b>	<b>e-theses.iaincurup.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>	
<b>5</b>	<b>Submitted to UIN Ar-Raniry</b> Student Paper	<b>1%</b>	
<b>6</b>	<b>repository.iainpalopo.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>	
<b>7</b>	<b>Submitted to IAIN Bengkulu</b> Student Paper	<b>1%</b>	
<b>8</b>	<b>pasca-umi.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>	
<b>9</b>	<b>Submitted to Udayana University</b> Student Paper	<b>1%</b>	

Exclude quotes

OFF

Exclude matches

&lt; 1%



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
 Jalan Tokasirang, Kelurahan Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo  
 Email: febi@iainpaloopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpaloopo.ac.id/>

Nomor : B 40 /In.19/FEBI/HM.01/2/2025  
 Lampiran : 1 (satu) dokumen  
 Perihal : **Permohonan Surat Izin Penelitian**

Palopo, 5 Februari 2025

Yth. Kepala DPMPTSP Kota Palopo  
 Di Palopo

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) kami, yaitu :

Nama	:	Nalvia
NIM	:	2004030030
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Islam
Semester	:	IX (Sembilan)
Tahun Akademik	:	2024/2025

akan melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi pada Lokasi Kota Palopo dengan judul: "**Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan dan Integrasi Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Palopo**". Oleh karena itu dimohon kiranya Bapak/Ibu berkenan menerbitkan Surat Izin Penelitian.

Demikian surat permohonan ini diajukan, atas perhatian dan kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu Alaikum Wr. Wb.*



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
 NIP 19820124 200901 2 006

## **RIWAYAT HIDUP**



Nalvia, lahir di Sumarambu pada tanggal 08 Maret 2002. Penulis merupakan anak ke pertama dari dua bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Jumail dan ibu bernama Isra. Saat ini penulis bertempat tinggal di Lemarrang Kelurahan Padang Lambe Kec. Wara Barat

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 51 Sumarambu. Kemudian, menempuh pendidikan di SMP NEGERI 12 Palopo diselesaikan pada tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di SMA NEGERI 3 Palopo diselesaikan pada tahun 2020. Setelah lulus SMA ditahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan dibidang Prodi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo.

Contact person penulis: [2002149258@uinpalopo.ac.id](mailto:2002149258@uinpalopo.ac.id)