**KATA PENGANTAR**





**Artinya** : *“Hai orang-orang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih? (yaitu) kamu beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan berjihad di jalan Allah dengan harta dan jiwamu. Itulah yang lebih baik bagimu, jika kamu mengetahuinya”.* (QS. Ash-Shaff : 10-11)

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan terhadap kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat hidayah, dan karunianya pada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal ini. Judul yang penulis pilih dalam penulisan proposal ini adalah : “Pengaruh Media Sosial, *Human Capital*, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM Di Kecamatan Tanjung Morawa”

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan proposal ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. H. Firmansyah, M.Si selaku Rektor Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
2. Ibu Dr. Anggia Sari Lubis, SE., M.Si selaku Deakan Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
3. Bapak Toni Hidayat, SE.., M.Si selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Wahsliyah Medan.
4. Bapak Dr. Muhammad Hilman Fikri, SE., M.M. selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen/staf pengajar Fakuktas Ekonomi Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah Medan.
6. Untuk kedua orang tua tercinta saya Bapak Fajaruddin Panjaitan dan Ibu Sri Rahayu. Ini adalah sebagai tanda bukti dan hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada ayah dan ibu yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang hanya dapat saya balas dengan selembar kertas ini yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat ayah dan ibu bahagia, karna saya sadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk kedua orang tua saya yang paling saya cintai terima kasih banyak selama ini telah banyak memberikan banyak motivasi, dukungan dalam hal materi dan non materi, selalu mendoakan, selalu menyirami kasih sayang dan cinta yang begitu tulus dan selalu menasehatiku untuk menjadi yang lebih baik lagi. Sehat selalu dan Hiduplah lebih lama lagi Ayah & Mama Harus selalu ada disetiap perjalanan & pencapain hidup saya, Iloveyou more more more.
7. Buat seluruh teman-teman lainnya yang telah membantu penulis dalam pembuatan dan penyelesaian proposal ini.
8. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapain yang patut dibanggakan untuk diri sendiri karena sudah berhasil melewati proses masa-masa skripsi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih terdapat kekurangan untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran. Akhir kata, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak demi perkembangan dan kemajuan akademik.

Medan, Januari 2024

Penulis,

**Leny Novita Panjaitan**

**NPM : 193114057**

**DAFTAR ISI**

**KATA PENGANTAR i**

**DAFTAR ISI iii**

**BAB I PENDAHULUAN 1**

#  1.1 Latar Belakang Masalah 1

#  1.2 Identifikasi Masalah 8

#  1.3 Batasan Masalah 9

#  1.4 Rumusan Masalah 9

 1.5 Tujuan Penelitian 10

 1.6 Manfaat Penelitian 10

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA 12**

#  2.1 Media Sosial 12

#  2.1.1 Pengertian Media Sosial 12

 2.1.2 Jenis-Jenis Media Sosial 13

#  2.1.3 Fungsi Media Sosial 14

#  2.1.4 Karakteristik Media Sosial 14

#  2.1.5 Indikator Media Sosial 15

#  2.2 *Human Capital*  16

#  2.2.1 Pengertian *Human Capital* 16

 2.2.2 Faktor-Faktor Keberhasilan *Human Capital* 17

 2.2.3 Indikator *Human Capital* 18

#  2.3 Inovasi Produk 19

#  2.3.1 Pengertian Inovasi Produk 19

 2.3.2 Sifat Perubahan Inovasi 20

#  2.3.3 Proses Inovasi 21

 2.3.4 Indikator Inovasi Produk 22

#  2.4 Kinerja UKM 23

#  2.4.1 Pengertian Kinerja UKM 23

 2.4.2 Tipe Orientasi Kewirausahaan 24

 2.4.3 Indikator kinerja UKM 25

 2.5 Penelitian Terdahulu 26

 2.6 Kerangka Konseptual 30

#  2.7 Hipotesis 32

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN 30**

#  3.1 Desain Penelitian 30

 3.2 Populasi dan Sampel 30

 3.2.1 Populasi 30

 3.2.2 Sampel 31

 3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian 31

 3.3.1 Lokasi 31

 3.3.2 Waktu Penelitian 31

 3.4 Variabel dan Indikator 32

 3.4.1 Variabel 32

 3.4.2 Indikator Penelitian 32

 3.5 Instrumen Penelitian 34

#  3.8 Teknik Pengumpulan Data 35

 3.7 Teknik Analisis Data 35

#  3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 37

#  3.7.2 Uji Asumsi Klasik 37

 3.7.3 Pengujian Regresi dan Hipotesis 37

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 41**

4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian 41

4.1.1 Kantor Camat Tanjung Morawa 41

4.1.2 Visi Misi Pemerintahan Kecamatan Tanjung Morawa 42

4.1.3 Struktur Organisasi Kantor Camat Tanjung Morawa 43

4.1.4 Hasil 58

4.1.5 Uji Validitas 58

4.1.6 Uji Reliabilitas 59

4.2 Deskripsi Responden 60

4.2.1 Karakteristik Responden 60

4.2.2 Deskriptif Jawaban Responden 61

4.3 Analisa Data 75

4.3.1 Uji Asumsi Klasik 75

4.3.2 Pengujian Regresi Linier Berganda 78

4.3.3 Uji Hipotesis 80

4.4 Pembahasan 84

4.4.1 Pengaruh media sosial terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa 84

4.4.3 Pengaruh human capital terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa 85

4.4.4 Pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa 86

4.4.5 Pengaruh media sosial, human capital dan inovasi produk terhadap kinerja UKM di Kecamatan Tanjung Morawa 87

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 89**

5.1 Kesimpulan 89

5.2 Saran 90

**DAFTAR PUSTAKA 92**

**KUISIONER 94**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Data UKM Kecamatan Tanjung Morawa 5

Tabel 1.2 Hasil Data Pra SurveyIndikator Media Sosial 6

Tabel 1.3 Hasil Data Pra SurveyIndikator *Human Capital* 6

Tabel 1.4 Hasil Data Pra SurveyIndikator Inovasi Produk 7

Tabel 1.5 Hasil Data Pra Survey Indikator Kinerja UKM 8

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 24

Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian 31

Tabel 3.2 Variabel Penelitian 32

Tabel 3.3 Indikator Penelitian 33

Tabel 3.4 Alternatif Jawaban Responden (Skala Likert) 36

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1) 58

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Human Capital (X2) 58

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X3) 59

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kinerja UKM (Y) 59

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas 60

Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 60

Tabel 4.10 Karakteristik responden berdasarkan lama usaha 61

Tabel 4.11 Pengelolaan postingan baik pada fitur media sosial sangat

 menarik dan tidak mononton 62

Tabel 4.12 Media sosial dapat memberikan saran dan masukan untuk pekerja 62

Tabel 4.13 Penyampaian interaction kepada pekerja sangat baik 63

Tabel 4.14 Media sosial menggunakan sumber interaction dengan baik 63

Tabel 4.15 Saya tidak tertarik untuk membeli barang saat semua membeli barang yang sedang trend 64

Tabel 4.16 Media sosial memudahkan semua para pekerja dalam bekerja 65

Tabel 4.17 Saya mempunyai pengetahuan yang baik dalam mengelola

 UKM 65

Tabel 4.18 Pengetahuan yang saya miliki dapat membantu

 mengembangkan usaha UKM 66

Tabel 4.19 Saya memiliki keahlian yang baik dalam

 mengembangkan UKM 66

Tabel 4.20 Kemampuan yang dimilki mampu membuat UKM saya

 berjalan dengan baik 67

Tabel 4.21 Keterampilan yang saya miliki dapat menyelesaikan

 permasalahan yang ada di UKM 67

Tabel 4.22 Keterampilan yang saya miliki dapat mengembangkan

 visi dan rencana yang akan membantu memajukan UKM 68

Tabel 4.23 Kualitas Produk yang saya jual memilki daya

 tahan yang cukup 68

Tabel 4.24 Saya merasa kualitas produk yang saya jual memilki

 keunikan tersendiri untuk ditawarkan 69

Tabel 4.25 Produk yang saya jual memilki berbagai jenis varian

 untuk Dipasarkan 70

Tabel 4.26 Saya merasa produk yang dijual saya jual memilki ciri

 khusus yang berbeda dengan produk sejenis dari tempat yang lain 70

Tabel 4.27 Produk yang saya jual memilki desain yang unik untuk

 menarik pelanggan 71

Tabel 4.28 Gaya dan desain yang saya punya memilki ketertarikan

 Tersendiri 71

Tabel 4.29 Penjualanan UKM saya meningkat di 3 tahun terakhir 72

Tabel 4.30 UKM yang saya jalankan meningkat 3 tahun terakhir ini 72

Tabel 4.31 UKM yang saya jalankan memilki tingkat keuntungan

 selama 3 tahun terakhir 73

Tabel 4.32 Keuntungan yang saya dapat sangat baik akhir-akhir ini 73

Tabel 4.33 Saya merasa puas berwirausaha karena pertumbuhan

 UKM saya sangat pesat 74

Tabel 4.34 Pertumbuhan UKM saya sangatlah memuaskan dan saya

 puas dengan hasil yang saya dapat 75

Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolieritas 77

Tabel 4.36 Hasil Linier Berganda 79

Tabel 4.37 Hasil Uji Parsial (uji t) 80

Tabel 4.38 Hasil Uji ANOVA (Uji F) 82

Tabel 4.39 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R2) 83

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 28

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Camat Tanjung Morawa 43

Gambar 4.2 Normal P-P plot of Regression standardized Residual 76

Gambar 4.3 Scatterplot Regresi Standar Residu 78