

**ANALISIS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL  
TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM  
DIKAMPOENG KAOS MADINA**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh

**Anita Febrianty**  
NIM. 19080009

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
MANDAILING NATAL  
TAHUN 2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anita Febrianty  
NIM : 19080009  
Tempat/Tgl.lahir : Rumbio, 05 Februari 2000  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Rumbio

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM di Kampoeng Kaos Madina**” adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Panyabungan, Oktober 2023

Yang membuat pernyataan

  
Anita Febrianty  
NIM. 19080009

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Anita Febriaty, NIM. 19080009 dengan judul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM Di Kampung Kaos Madina” memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Panyabungan, Oktober 2023

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**



**Faisal Affandi, M.E.I**

**NIP. 198310182019031006**



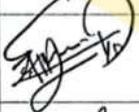
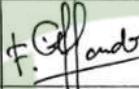
**Ian Alfian, M.E**

**NIP. 199211152019031018**

### LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi ini berjudul “Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM Dikampoeng Kaos Madina.” a.n Anita Febrianty, 19080009 Program Hukum Ekonomi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Program Sarjana Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal, pada tanggal 13 Oktober 2023.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat digunakan seperlunya.

No	Nama/ NIP Penguji	Jabatan Dalam TIM	Tanda Tangan	Tanggal Persetujuan
1	Edi Marjan Nasutin, M.E NIP. 198408072019031004	Ketua sidang/ Penguji I		19/10/2023
2	Nurintan Siregar, M.E NIP. 198610212019032008	Sekretaris sidang/ Penguji II		19/10/2023
3	Faisal Affandi, M.E.I NIP. 198310182019031006	Penguji III		19/10/2023
4	Ian Alfian, M.E NIP. 199211152019031018	Penguji IV		20/10/2023

Panyabungan, Oktober 2023  
Mengetahui  
Ketua STAIN Mandailing Natal



**Prof. Dr. H. Sumper Muha Harahap, M.Ag**  
NIP.197203132003121002

## ABSTRAK

**Anita Febrianty (NIM: 19080009). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM Di Kampoeng Kaos Madina.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial terhadap pengembangan UMKM di Kampoeng Kaos Madina. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Proses pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemanfaatan media sosial yang digunakan sebagai media komunikasi pemasaran produk UMKM di kampoeng kaos madina sangat bermanfaat. Adapun manfaat penggunaan media sosial terhadap UMKM Kampoeng Kaos Madina yaitu, peningkatan penjualan produk, memperkenalkan penjualan produk, biaya promosi rendah, terjadi interaksi intensif dengan konsumen, menarik pelanggan baru, memperluas jaringan pasar, dan mempertahankan pelanggan. Sehingga keberadaan media sosial pengembangan UMKM di Kampoeng Kaos Madina sebagai langkah majunya suatu teknologi. Jenis media sosial yang digunakan oleh UMKM di Kampoeng Kaos Madina adalah Facebook, WhatsApp, Tiktok, dan Instagram.

**Kata Kunci :** *Media sosial dan pengembangan UMKM Kampoeng Kaos Madina*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah Subhanawata'ala Tuhan yang Maha Esa atas Rahmat, hidayah dan Inayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Pemamfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan Umkm Dikampoeng Kaos Madina” dapat diselesaikan dengan segala keterbatasannya. Selanjutnya shalawat dan salam disampaikan kehadiran Nabi Muhammad SAW, sebagai Rasul pilihan dengan harapan semoga kita mendapatkan syafaatnya di hari kemudian.

Skripsi ini tidak akan terwujud disebabkan berbagai kelemahan yang penulis miliki, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih dari dukungan berbagai pihak yang telah memberi saran, bimbingan dan menyumbangkan ide-ide serta tenaga dan material dengan ihklas. Dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis sebelum maupun sesudah penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal.
2. Bapak Faisal Affandi, M.E.I selaku dosen pembimbing I, sekaligus sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah (ES) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal. Yang telah memberikan bimbingan dan saran-saran kepada penulis sejak awal penelitian sampai dengan selesainya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Paisal Rahmat, M.E selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah sekaligus dosen penguji I, yang telah memberikan arahan dan bimbingan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti ucapkan terimakasih.

4. Bapak Ian Alfian, M.E sebagai dosen pembimbing II, yang telah memberikan pengarahan, masukan serta bimbingan yang sangat berharga, mulai dari rencana penelitian sampai selesainya penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ibu dosen prodi Ekonomi Syariah (ES) yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
6. Bapak Sobir Lubis S.H selaku pemilik UMKM Kampoeng Kaos Madina yang telah memberikan izin saya untuk melakukan penelitian, dan Kakak, Abang karyawan yang telah banyak membantu selama penelitian berlangsung.
7. Teristimewa penulis sampaikan terimakasih tak terhingga kepada Ayahanda Surya Heriansyah Hsb dan Ibunda Yusrida yang telah membesarkan dan mendukung setiap langkah penulis, memberikan do'a yang tulus dan dorongan serta sumbangsih yang besar dari segi material, spritual dan nasehat yang menjadi motivasi luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di STAIN Mandailing Natal, juga teristimewa penulis ucapkan terimakasih kepada saudara-saudara kandung (Abanghanda Muhammad Heri Iskandar, Muhammad Dedi Iskandar S.H dan Adindaku Fatimah Khairani, Indah Sukriah) yang selalu memberi semangat dan menghibur saya dikala saat saya mulai jenuh.
8. Terakhir teman-teman Prodi Ekonomi Syariah (ES) angkatan 2019 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam memecahkan masalah yang penulis hadapi dalam menyusun skripsi ini. Untuk sahabat spesial Yusni Fadilah dan Elvita Sari yang paling sering membantu dalam segala hal, baik materi atau fasilitas lainnya, dan yang paling sabar menghadapi sifat penulis.

Semoga Allah Subhanawata'ala senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Penulis juga menyadari bahwa masih begitu banyak kekurangan yang ada, baik dari segi isi maupun dari tata bahasa. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari

pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap kiranya isi skripsi ini mampu bermanfaat bagi pribadi peneliti, pembaca dan dalam memperkaya khasanah ilmu pendidikan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Panyabungan, Oktober 2023

Peneliti,



**Anita Febrianti**  
**NIM.19080009**



## DAFTAR ISI

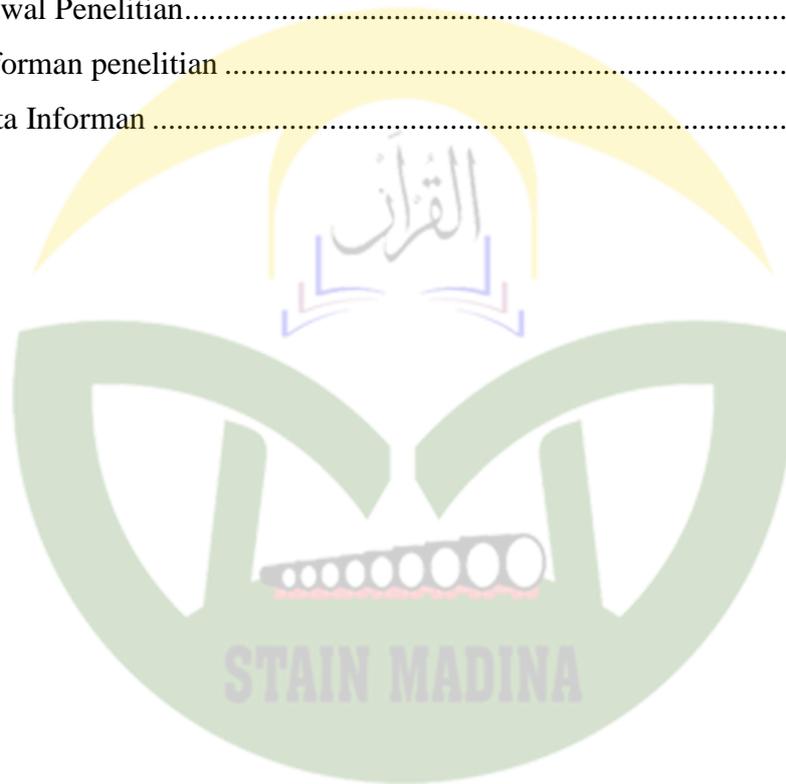
<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>LEMBAR KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Penejelasan Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teori.....	10
1. UMKM.....	10
a. Pengertian UMKM.....	10
b. Defenisi Ruang Lingkup UMKM .....	12
c. Karakteristik UMKM .....	14
d. Klasifikasi UMKM .....	20
e. Pengembangan UMKM .....	21
2. Media Sosial.....	23
a. Pengertian Media Sosial.....	23
b. Tujuan Media Sosial .....	24

c. Manfaat Media Sosial .....	24
d. Karakteristik Media Sosial .....	25
3. Hubungan Media Sosial Pada Pengembangan UMKM.....	27
B. Penelitian Yang Relevan .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Jenis penelitian .....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
C. Informan Penelitian .....	33
D. Sumber Data Penelitian .....	33
E. Teknik Pengumpulan Data .....	34
F. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
A. Deskripsi Data .....	37
1. Temuan Umum Penelitian .....	35
2. Temuan Khusus Penelitian .....	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>59</b>
A. Kesimpulan .....	59
B. Saran .....	59
<b>DAFTAR FUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Tabel

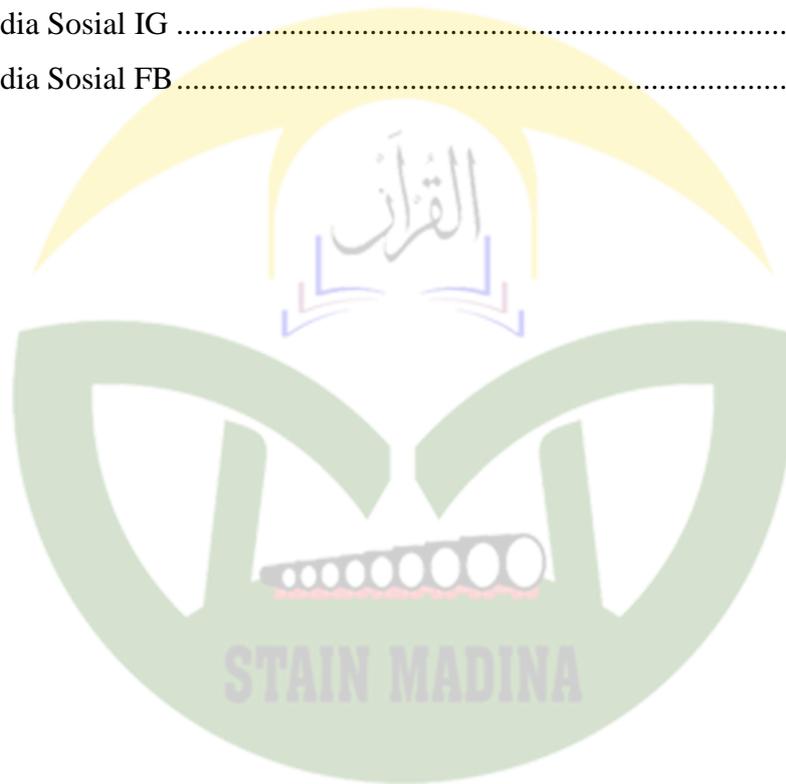
1.1 Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha Panyabungan.....	4
1.2 Data Bidang UMKM.....	5
2.1 Karakter UMKM.....	17
2.2 Karakteristik UMKM Berdasarkan dari Omset .....	19
2.3 Kajian Terdahulu.....	28
3.1 Jadwal Penelitian.....	32
3.2 informan penelitian .....	33
4.1 Data Informan .....	42



## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di dunia .....	1
1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
4.1 Struktur Organisasi .....	40
4.2 Media Sosial Tiktok .....	49
4.3 Media Sosial WA .....	49
4.4 Media Sosial IG .....	50
4.5 Media Sosial FB.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

Lampiran 1 pernyataan keaslian skripsi .....	ii
Lampiran 2 lembar persetujuan pembimbing .....	iii
Lampiran 3 lembar pengesahan tim penguji .....	iv
Lampiran 4 lembar pertanyaan wawancara.....	68
Lampiran 5 surat izin penelitian.....	70



# BAB I PENDAHULUAN

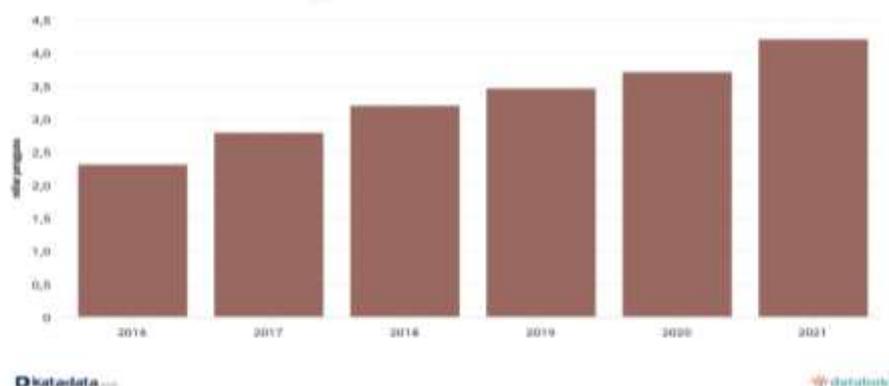
## A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi sangat berkembang pesat dengan menawarkan kecanggihan terutama pengguna sosial media dalam keseharian baik dalam berbagi informasi, bisnis dan lainnya. Dalam dunia bisnis sekarang ini media sosial sangat mempermudah khususnya dalam memesan produk yang di inginkan baik makanan barang maupun jasa. Suatu usaha yang dilakukan dalam memasarkan produk atau jasa melalui media internet bias disebut juga dengan *E-Marketing*.

*E-Marketing* sendiri adalah sisi pemasaran dari *E-commerce* yang terdiri dari kerja perusahaan dalam mengkomunikasikan sesuatu, promosi dan penjualan melalui internet (Titik Wijayanti, 2018). *E-commerce* merupakan sistem penjualan melalui internet. Sistem penjualan seperti sekarang ini sangat bisa menjangkau keseluruhan penjuru dunia dalam memasarkan produk penjualan selama 24 jam tanpa henti. Hanya dengan bermodalkan handphone atau komputer yang di dukung dengan jaringan internet, suatu perusahaan akan mampu mengembangkan perusahaannya dengan memasarkannya kepenjuru dunia. Penggunaan media sosial sendiri mengalami peningkatan pengguna yang sangat signifikan, dapat dilihat dari gambar berikut ini

**Gambar 1.1**

### **Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Pada Tahun 2016-2021**

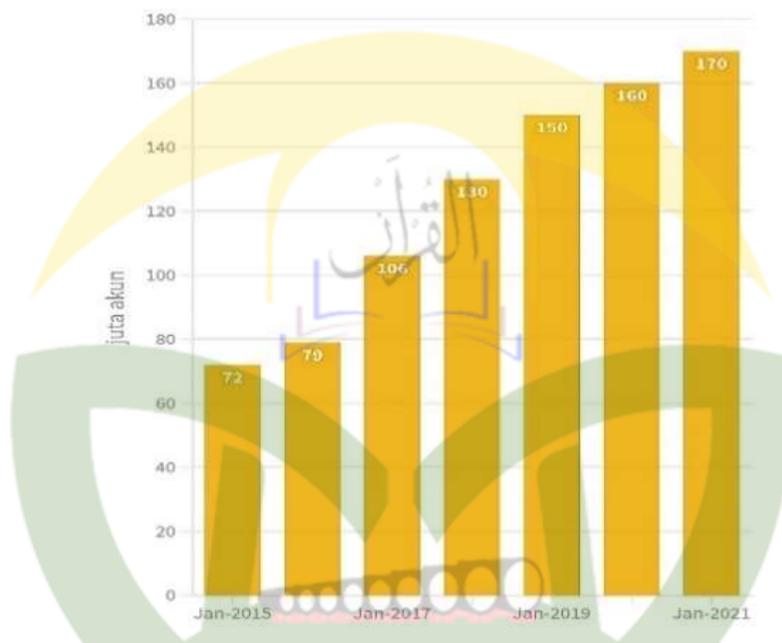


Sumber : BPS Tahun 2016-2021

Dapat dilihat dari gambar di atas bahwa pengguna media sosial di Dunia dari tahun ketahun mengalami kenaikan, 2016 terdapat 2,4 M pengguna media sosial kemudian di tahun 2017 mengalami kenaikan sektor 2,9 M pengguna media sosial begitu juga di Indonesia dapat kita lihat dari gambar berikut ini:

**Gambar 1.2**

**Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Pada Tahun 2015-2021**



Sumber: BPS 2015-2021

Dapat dilihat dari gambar data pengguna media sosial dunia maupun Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan. Menurut Irfan dalam penelitian sebelumnya, media sosial marketing adalah strategi kegiatan pemasaran menggunakan situs-situs media social seperti Facebook, Twitter, Youtube, instagram dan sebagainya. Melalui media sosial para produsen akan mampu berkomunikasi dengan interaktif kepada konsumen. Para produsen akan lebih mudah mengetahui respon dari konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan dengan cara melihat ulasan yang diberikan konsumen.

Komunikasi yang baik antara produsen dengan konsumen dalam transaksi jual beli akan membangun hubungan yang baik pula kedepannya, maka dari itu dengan tidak langsung para konsumen akan puas terhadap

layanan yang kita berikan. Ketika konsumen merasa puas, maka konsumen akan memberikan rekomendasi dan ulasan yang baik untuk produk kita yang kemudian akan menjadikan usaha kita sebagai rekomendasi produk yang akan di gunakan. Maka dengan begitu dalam mengembangkan usaha tersebut tidaklah sulit. Dengan persaingan usaha secara global melalui internet dengan persaingan harga saat ini, banyak Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ikut mengembangkan sayapnya dalam usaha dengan menggunakan kemajuan teknologi dan menggunakan strategi harga yang bermacam-macam untuk menarik minat pembeli, dimana setiap UKM bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan mengurangi angka pengangguran. Dengan adanya persaingan secara global ini, maka pelaku usaha dituntut untuk bersaing dalam penetapan harga yang dipasarkan.

Di Indonesia usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor yang berperan sangat penting dalam peningkatan perekonomian negara bahkan daerah. Secara kuantitas perkembangan jumlah unit usaha di Indonesia mengalami kenaikan (Ina Primiana, 2012).

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Banyaknya kontribusi UMKM dalam perekonomian di Indonesia tidak membuat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terlepas dari berbagai masalah. Ada beberapa masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha mikro kecil dan menengah seperti keterbatasan modal kerja, modal investasi, kesulitan mendapatkan bahan baku dengan kualitas yang baik dengan harga terjangkau, keterbatasan teknologi, sumber daya manusia yang berkualitas, terbatasnya informasi pasar, serta kesulitan dalam pemasaran (Tulus Tambunan, 2002).

Adapun kajian yang berkaitan dengan Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan Umkm Di Kampong Kaos Madina telah banyak dikaji oleh para peneliti terdahulu diantaranya kajian Analisis Pengaruh Media Sosial, *Word Of Mouth*, *Store Atmosphere*, Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM

Keibar Pamulang), Pengaruh Penggunaan Promosi Media Sosial Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Usaha Kecil Keripik Pisang di Kecamatan Ujung Bulu, Kelurahan Caile, Kabupaten Bulu kumba, Pengaruh Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Binjai Kwala Begumit, Pengaruh Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

Dari hasil penelitian yang sudah diteliti sebelumnya dapat diketahui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah Pakaian (UMKM) dapat berkembang dengan adanya media sosial yang berkembang saat ini sehingga mempengaruhi persaingan hingga dalam pemasaran produk di media sosial. Maka dengan hal ini menjadi sebuah acuan dengan adanya media sosial mampu memberikan dampak dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun nyatanya hal ini tidak sejalan dengan perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Panyabungan sebagaimana yang dilihat di tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM Berdasarkan Jenis Usaha Panyabungan**

No	Jenis Usaha	Tahun			
		2018	2019	2020	2021
1	Usaha Mikro	1706	1520	1030	1572
2	Usaha Kecil	379	310	231	357
3	Usaha Menengah	47	46	38	44
Jumlah		2.132	1.876	1.299	1.973

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2021

Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwasanya jumlah UMKM mengalami penurunan dan peningkatan yang fluktuatif dari tahun 2018 yang awalnya mencapai 2.132 jenis usaha baik usaha mikro, kecil dan menengah. Lalu pada tahun 2019 mengalami penurunan mencapai 1.876 jenis usaha dan

penurunan yang drastis terjadi di tahun 2020 mencapai 1.299 jenis usaha yang tersisa. Lalu perlahan mulai naik kembali di tahun 2021 mencapai 1.973 jenis usaha. Maka dengan itu dapat diketahui bahwasanya permasalahan yang muncul adalah ketika data pengguna media social mengalami peningkatan namun unit usaha UMKM yang ada di Panyabungan mengalami penurunan dari tahun 2018 menurun ke tahun 2019 dan 2020, lalu naik kembali tahun 2021.

Data UKM Kabupaten Mandailing Natal jumlah pelaku usaha yang bergerak dibidang sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terdiri dari usaha kecil, koperasi, usaha dagang dan jenis usaha lainnya yang berjumlah 1/4 dari jumlah penduduk Kabupaten Mandailing Natal yaitu 480.911 jiwa. Dengan kata lain, sistem perekonomian di Kabupaten Mandailing Natal, didominasi oleh usaha mikro kecil menengah dengan jumlah yang begitu banyak. Biasanya para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Mandailing Natal. Banyak mengalami kendala dalam hal permodalan dan juga masalah pemasaran produknya. Berikut data UMKM yang terdapat di Kabupaten Mandailing Natal:

**Tabel 1.2**  
Data bidang UMKM

No	Kecamatan	Jumlah (orang)
1	Batahan	29
2	Sinunukan	-
3	Batang Natal	578
4	Lingga Bayu	300
5	Ranto Baik	81
6	Kotanopan	77
7	Ulu Pungkut	48
8	Tambangan	139
9	Lembah Sorik Marapi	129
10	Puncak Sorik Marapi	334

11	Muara Sipongi	315
12	Pakantan	25
13	Panyabungan	1609
14	Panyabungan Selatan	128
15	Panyabungan Barat	10
16	Panyabungan Utara	489
17	Panyabungan Timur	9
18	Huta Bargot	89
19	Natal	1070
20	Muara Batang Gadis	13
21	Siabu	66
22	Bukit Malintang	379
23	Naga Juang	68
	JUMLAH	5985

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2021

Berdasarkan jumlah UMKM yang terdapat di Kabupaten Mandailing Natal, jumlah UMKM terbanyak adalah di Panyabungan yang jumlahnya 1609 orang. Ini memungkinkan pelaku UMKM sendiri harus mampu bersaing untuk dapat mempertahankan usahanya.

Salah satu pusat ekonomi kreatif Kampoeng Kaos Madina di Kelurahan Sipolu polu Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal kembangkan ekonomi kreatif dengan cara melakukan pemberdayaan generasi muda dalam pembuatan beberapa macam khas daerah Madina. Pembuatan *handycraft* yang bercorak budaya Mandailing ini dilakukan sebagai salah satu upaya dalam pelestarian budaya Mandailing, salah satunya adalah dengan pembuatan alat musik ciri khas Mandailing yakni Gordang Sambilan. Selain dapat memproduksi berbagai miniatur ciri khas daerah tersebut seperti, miniatur Gordang Sambilan, Bagas Godang serta tenunan batik, KKM ini juga menyediakan berbagai macam pelatihan-pelatihan kepada umum seperti pelatihan, menjahit, sablon, gordang baik tim maupun perseorangan. Karyawan yang bekerja pada pusat ekonomi kreatif kita ini terdiri dari

beberapa bagian mulai dari pembuatan gordang, jahit menjahit, sablon dan tenunan lebih kurang 100 orang.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara penulis dengan pemilik kampoeng kaos Madina, Bapak Sobir mengatakan bahwa pemasaran produknya dari kawan ke kawan dan media sosial. Media sosial yang digunakan adalah *facebook*, *whatsapp*, *tiktok* dan *instagram*. Tetapi media sosial yang paling sering digunakan adalah facebook. Menurutnya, pemasaran di media sosial bermanfaat bagi pengembangan usaha yang ia kelola. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat yang belum mengenal apa itu kampoeng kaos madina dan apa saja produk yang ditawarkan pada usaha tersebut. Kami masih mencari bagaimana cara dan solusi supaya usaha yang kami dirikan di kenal hal layak ramai terutama masyarakat Panyabungan (Sobir, 2023).

Inilah alasan mengapa peneliti melakukan penelitian di Kampoeng Kaos Madina. Pelaku UMKM di Kampoeng Kaos Madina masih kesulitan untuk melakukan pemasaran produknya supaya dikenal masyarakat luas. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti akan meneliti sebuah masalah dengan judul **“Analisis Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Pengembangan UMKM Di Kampoeng Kaos Madina.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial terhadap pengembangan UMKM pada Kampoeng Kaos Madina?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis paparkan di atas, tujuan yang hendak penulis capai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pemanfaatan media sosial terhadap pengembangan UMKM pada Kampoeng Kaos Madina.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Dunia Akademik

Menambah referensi pada perpustakaan STAIN Mandailing Natal sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi dan bahan perbandingan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian jika berhubungan dengan penelitian ini.

3. Bagi Masyarakat UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumber pengetahuan, serta menambah khazanah dan memberikan penjelasan secara rinci bagi pengembangan ilmu ekonomi islam khususnya mengenai edukasi atau pengetahuan masyarakat tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dan mampu memberi masukan kepada para badan intansi yang menaungi UMKM daerah dalam pengembangannya.

#### **E. Penjelasan Istilah**

1. Media sosial adalah alat atau cara yang dilakukan oleh konsumen untuk membagikan informasi berupa teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain dan perusahaan atau sebaliknya. (M. K Situmorang, 2018).
2. UMKM adalah pengembangan kawasan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mewedahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi (Ina Primiana, 2012).
3. Kampoeng kaos madina adalah salah satu pusat ekonomi kreatif Kampoeng Kaos Mandailing di Kelurahan Sipolu polu Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal yang mengembangkan ekonomi kreatif dengan cara melakukan pemberdayaan generasi muda dalam pembuatan beberapa macam handycraft khas daerah Madina (Antara Sumut: 2016).

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan digunakan peneliti untuk mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian ini. Peneliti mengklasifikasi sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan landasan teori dari penelitian. Sesuai dengan Judul maka Pembahasan pada bab ini berisi: Pengertian UMKM, Pengembangan UMKM, dan Media Sosial.

Bab III Metodologi Penelitian meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data penelitian, teknik pengumpulan data, teknik uji keabsahan data dan teknik analisis data.

Bab IV adalah hasil penelitian deskripsi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V adalah penutup yaitu terdiri dari kesimpulan dan saran-saran di akhiri daftar pustaka.

