

ABSTRAK

Resa Amalia. 105251102920. 2024. Analisis Pengaruh Penggunaan Digital Marketing Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Menurut Persepektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Kecil Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar). Dibimbing oleh Muchlis Mappangaja dan Siti Walida Mustamin.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan arus globalisasi yang cepat membuat perkembangan teknologi kearah serba digital saat ini semakin pesat. Digital marketing saat ini sudah menjadi bagian dari masyarakat. Orang-orang yang sebelumnya tidak berhubungan dengan digital marketing sekarang telah mulai tertarik dalam bidang tersebut. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Rappocini Kota Makassar yang berlangsung selama 2 bulan mulai dari tanggal 28 November 2023-28 Januari 2024. Total sampel dalam penelitian ini berjumlah 53 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang telah menggunakan digital marketing. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah melalui metode Partial Least Square (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh hipotesis diterima karena nilai t value > nilai t tabel 1.96 dan nilai p value > 0.05. Variabel digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel pendapatan dengan nilai t-value 3,272 dan p-value 0,001, variabel digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel ekonomi menengah dengan nilai t-value 7,555 dan p-value 0,0, variabel pendapatan berpengaruh positif terhadap variabel ekonomi menengah dengan nilai t-value 2,652 dan p-value 0,008.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Pendapatan, Usaha Kecil, Persepektif Ekonomi Islam.*

ABSTRACT

Resa Amalia. 105251102920. 2024. Analysis of the Effect of Using Digital Marketing on Middle Economic Enterprise Income According to an Islamic Economic Perspective (Case Study of Medium Economic Enterprises in Rappocini District, Makassar City). Supervised by Muchlis Mappangaja and Siti Walida Mustamin.

This research is motivated by the rapid flow of globalization which is making the development of technology towards digital technology increasingly rapid. Digital marketing has now become part of society. People who previously had nothing to do with digital marketing have now started to take interest in this field. This research was conducted using quantitative methods. This research was carried out in Rappocini District, Makassar City, which lasted for 2 months starting from 28 November 2023 - 28 January 2024. The total sample in this study was 53 people. Data collection was carried out by distributing questionnaires to people who had used digital marketing. Next, the data obtained is then processed using the Partial Least Square (PLS) method.

The results of this research show that all hypotheses are accepted because the t value $>$ t table value 1.96 and the p value $>$ 0.05. The digital marketing variable has a positive and significant effect on the income variable with a t -value of 3.272 and a p -value of 0.001, the digital marketing variable has a positive and significant effect on the medium economic variable with a t -value of 7.555 and a p -value of 0.0, the income variable has an effect positive towards medium economic variables with a t -value of 2.652 and a p -value of 0.008.

Keywords : *Digital Marketing, Income, Small Business, Islamic Economics Perspective.*