

ABSTRAK

SUENI JULTIANTI MARDIN, 2025. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Alat Bantu Promosi Terhadap Peningkatan Kinerja Bisnis Pada UMKM (Studi Kasus UMKM Kabupaten Buton Selatan)*. Skripsi. Jurusan Akuntansi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Ramly dan Muhammad Khaedar Sahib.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap peningkatan kinerja bisnis pada UMKM Kabupaten Buton Selatan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah UMKM yang menggunakan *Facebook* sebagai alat bantu promosi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 92 Responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, Data ini diuji melalui beberapa tahap seperti uji deskriptif, Uji *validitas* data, Uji *reliabilitas* data, Uji normalitas, Uji heteroskedastisitas, Uji regresi linear sederhana, Uji hipotesis (uji *t*), Uji determinasi R^2 dengan bantuan SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) versi 25. Dalam penelitian ini penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan sebesar 85,3% terhadap kinerja bisnis. Hal ini menunjukkan semakin besar pula peluang mereka untuk melihat peningkatan kinerja bisnis, baik dari segi peningkatan penjualan, *brand awareness*, maupun pertumbuhan pasar dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *Media sosial, Kinerja Bisnis.*

ABSTRACT

SUENI JULTIANTI MARDIN, 2025. *The Use of Social Media as a Promotional Aid to Improve Business Performance in MSMEs (Case Study of MSMEs in South Buton Regency)*. Thesis. Accounting Major. Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University of Makassar. Guided by: Ramly and Muhammad Khaedar Sahib

This research aims to find out the influence of social media on the improvement of business performance in MSMEs in South Buton Regency. The population used in this study is MSMEs who use Facebook as a promotion tool and the sample used for this study is 92 Respondents. This research uses the Quantitative Method with a Regression Analysis approach. Data is collected through the distribution of questionnaires, this data is tested through several stages such as descriptive test, data validity test, data reliability test, normality test, heteroscedasticity test, simple liner regression test, hypothesis test (t test), R2 determination test with the help of SPSS (Statistical Package For The Social Science) version 25. In this research, the use of social media has a positive and significant influence of 85,3% business performance. This shows that their chances are greater to see an improvement in business performance, both in terms of increased sales, brand awareness, and long-term market growth.

Keywords: Social media, Business Performance.