

ABSTRAK

Nama : Andini

Program Studi : Manajemen

Judul : Pengaruh Media Sosial, *Entrepreneurial Skill* Dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan UMKM *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Media Sosial, *Entrepreneurial Skill* Dan *Innovativeness* Terhadap Kinerja Penjualan Umkm *Handicraft* Di Kabupaten Aceh Tamiang. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 115 responden yang dipilih dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan Regresi Linier Berganda dan juga pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel dependen (Media Sosial, *Entrepreneurial Skill* dan *Innovativeness*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Penjualan. Pada variabel Media Sosial (X1) tidak mempengaruhi Kinerja Penjualan dengan koefisien (0,012). Kemudian variabel *Entrepreneurial Skill* (X2) tidak mempengaruhi Kinerja Penjualan dengan koefisien (0,106). Selanjutnya untuk variabel *Innovativeness* (X3) juga tidak mempengaruhi Kinerja Penjualan dengan koefisien (0,098). Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut tidak menjadi determinan utama dalam mendorong performa penjualan, sehingga diperlukan perhatian terhadap variabel lain yang lebih berpengaruh, seperti strategi pemasaran, kualitas produk, jaringan distribusi, maupun kondisi pasar lokal.

Kata Kunci: Media Sosial, *Entrepreneurial Skill*, *Innovativeness*, Kinerja Penjualan, UMKM *Handicraft*.

ABSTRACT

Name : Andini

Study Program: Management

Title : *The Influence of Social Media, Entrepreneurial Skills, and Innovativeness on the Sales Performance of Handicraft MSMEs in Aceh Tamiang Regency.*

This study aims to analyze the influence of Social Media, Entrepreneurial Skills, and Innovativeness on the Sales Performance of Handicraft MSMEs in Aceh Tamiang Regency. The method used was a quantitative survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 115 respondents selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using Multiple Linear Regression and hypothesis testing. The results showed that all dependent variables (Social Media, Entrepreneurial Skills, and Innovativeness) did not have a positive and significant effect on Sales Performance. The Social Media variable (X1) did not affect Sales Performance with a coefficient of 0.012. The Entrepreneurial Skill variable (X2) did not affect Sales Performance with a coefficient of 0.106. Furthermore, the Innovativeness variable (X3) also did not affect Sales Performance with a coefficient of 0.098. These findings indicate that these factors are not the primary determinants of sales performance, necessitating attention to other, more influential variables, such as marketing strategy, product quality, distribution networks, and local market conditions.

Keywords: *Social Media, Entrepreneurial Skills, Innovativeness, Sales Performance, Handicraft MSMEs.*