

PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA, DAN PEMAHAMAN AKUNTANSI TERHADAP KEBERLANJUTAN BISNIS UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 DI KOTA BATU

Wahyu Zakiyah Faradillah*, Maslichah, Afifudin****

wahyufaradillah@gmail.com

Universitas Islam Malang

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of using social media, business capital, and understanding of accounting on the sustainability of UMKM business during the Covid-19 pandemic in Batu City. The independent variable in this study is the use of social media, business capital, and accounting understanding, while the dependent variable is the sustainability of the UMKM business during the Covid-19 pandemic in Batu City. This type of research is quantitative research, because the data used are in the form of numbers and numbers. The source of data in this study is primary data with the data collection method in the form of a questionnaire. The population in this study were MSME actors registered at the Office of Cooperatives, Micro Enterprises, Industry and Trade in Batu City. The data collection technique uses the slovin formula. Based on this method, the number of MSME actors used was 100 respondents. The hypotheses were tested using descriptive statistical analysis, instrument testing, normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, and hypothesis testing using SPSS Version 22. The results showed that the variable of social media utilization had a positive and significant impact on the sustainability of MSME business. ($0.000 < 0.05$), while the business capital variable has no effect on the sustainability of the MSME business ($0.569 > 0.05$), and the accounting understanding variable has a positive and significant effect on the MSME business sustainability ($0.008 < 0.05$).

Keywords: use of social media, business capital, understanding of accounting, UMKM business sustainability.

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu badan usaha yang terus bertumbuh dan berkembang di masyarakat Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang sering kita sebut dengan UMKM. Menurut *International Council for Small Business* (ICSB) dari semua pelaku bisnis, 90% adalah UMKM yang dapat menyumbang 60%-70% dari total lapangan pekerjaan yang ada dan 50% merupakan dari PDB. Dapat disimpulkan, UMKM merupakan pendorong untuk pertumbuhan ekonomi dengan cara penyediaan peluang pekerjaan dan penyeimbangan sistem pasar. Sejarah membuktikan bahwa ketika krisis moneter 1998 dan kebangkrutan dimana-mana UMKM yang tetap bertahan atas keterpurukan pasca krisis ekonomi.

Pandemi Covid-19 menyebabkan lemahnya tingkat pertumbuhan ekonomi. Menurut Menko PMK Muhadjir Effendy dalam video *conference* dari Istana Kepresidenan, Jakarta (Mei, 2020) banyak masyarakat yang kehilangan mata pencahariannya sebab terdampak pandemi covid-19, yakni mereka yang sebelumnya bukan masyarakat miskin akan tetapi menjadi miskin kagetan akibat covid-19 ini. Kepala Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu dan Tenaga Kerja (DPMPTSPK) Kota Batu juga mengatakan bahwa dampak covid-19 ini ada 2.555 tenaga kerja dirumahkan dan 52 pekerja di PHK.

Meningkatnya jumlah pengangguran sebab banyaknya tenaga kerja yang terdampak PHK juga mempengaruhi tingkat daya beli masyarakat. Maka dari itu membutuhkan strategi dalam peningkatan daya saing dalam pemasaran produk UMKM. Di era berkembangnya teknologi yang sangat pesat ini membuat pemasaran bergerak menuju pemasaran digital. Banyak manfaat yang diperoleh dalam pemasaran melalui media sosial ini, seperti lebih mudahnya komunikasi dengan pelanggan, mudahnya promosi produk, dan lain-lain.

Selain itu, permasalahan lain yang rentan dialami UMKM adalah modal usaha. Besar kecilnya modal usaha bisa mempengaruhi perkembangan usaha dalam meningkatkan penjualannya

Keberlanjutan bisnis juga dipengaruhi oleh pemahaman akuntansi, yakni dengan memahami pelaporan keuangan dalam bisnis yang dijalankannya. Akan tetapi pada kenyataannya UMKM tidak menerapkan dan memanfaatkan informasi keuangan terhadap pengelolaan bisnisnya.

Berdasarkan deskripsi dan beberapa penelitian terdahulu yang dicantumkan, penelitian ini penting dilakukan karena di masa pandemi Covid-19 banyak usaha-usaha yang gulung tikar karena tidak bisa mempertahankan keberlanjutan bisnisnya. Oleh sebab itu, penelitian ini ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor keberlanjutan bisnis yang diantaranya yaitu, pemanfaatan media sosial, modal usaha dan pemahaman akuntansi.

II. Tinjauan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Pengertian UMKM menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 adalah suatu usaha yang dikelola oleh perorangan yang mengacu pada ekonomi produktif dengan standar yang telah ditetapkan di dalam Undang-Undang, sedangkan menurut Rudjito (2003) UMKM merupakan suatu usaha yang memiliki peran penting bagi perekonomian negara Indonesia, dikatakan penting karena UMKM dapat membantu perputaran perekonomian seperti terciptanya lapangan pekerjaan

Keberlanjutan Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) keberlanjutan ialah berlangsung secara terus-menerus, berkesinambungan. Sedangkan bisnis adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, bidang usaha, usaha dagang. Jadi, keberlanjutan bisnis adalah suatu usaha untuk mempertahankan bisnis berlangsung secara terus-menerus dan bertahan dalam jangka panjang.

Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlien (2010) media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan untuk membuat dan berbagi konten. Saat ini pembuat iklan bisa membuat konten iklannya sendiri dengan semenarik mungkin dan dapat disaksikan oleh banyak orang (Zarella, 2010).

Modal Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) modal merupakan harta benda yang dapat menghasilkan sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk menambah kekayaan. Modal adalah salah satu faktor penting untuk mendirikan bisnis. Seperti halnya dalam mendirikan bangunan, dibutuhkan pondasi terlebih dahulu dan dalam berbisnis modal adalah pondasi untuk membangun sebuah usaha yang akan dirintis. Semakin kuat pondasi, semakin kuat juga bangunan tersebut

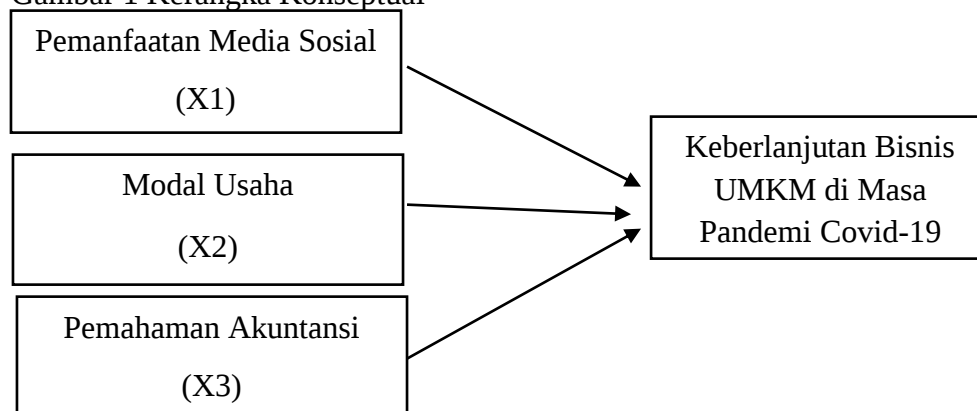
Pemahaman Akuntansi

Menurut FASB (*Financial Accounting Standards Boards*, 2017), akuntansi adalah kegiatan yang berguna untuk menghasilkan sebuah informasi atau laporan keuangan yang dapat digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan. Sedangkan menurut AICPA (*American Institute of Certified Public Accountant*, 1953) akuntansi merupakan seni, seni

untuk mencatat, menggolongkan, dan meringkas dengan ukuran moneter dari suatu transaksi atau kejadian yang bersifat keuangan dan termasuk menguraikan hasil-hasilnya. Sedangkan menurut Warren dkk (2005) pengertian akuntansi adalah sistem informasi yang menginformasikan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang membutuhkan mengenai kegiatan ekonomi dan keadaan perusahaan.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H₁ : Pemanfaatan media sosial, modal usaha, pemahaman akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu
- H_{1a} : Pemanfaatan media sosial (X₁) berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu
- H_{1b} : Modal usaha (X₂) berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu
- H_{1c} : Pemanfaatan akuntansi (X₃) berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu.

III. Metodologi Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu. Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Kriteria responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Batu
2. Pelaku UMKM yang sudah bergabung dalam gerakan go digital

Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah Keberlanjutan Bisnis UMKM (Y) dan variabel independennya adalah Pemanfaatan Media Sosial (X₁), Modal Usaha (X₂) dan Pemahaman Akuntansi (X₃).

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui pembagian kuisioner yang disebarakan kepada pelaku bisnis UMKM Kota Batu secara online melalui *google form*. Kuisioner yang dibagikan tersebut berbentuk skala *likert* 5 poin. Kategori jawaban yang diberikan yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Ragu-ragu (R), Setuju (S), Sangat Setuju (SS)

Metode Analisis Data

Metode analisis datanya adalah : Analisis Regresi Linier Berganda, Statistik Deskriptif, Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan dioleh dengan SPSS 22.0

IV. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Populasi dan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kota Batu sejumlah 10.448 UMKM. kemudian untuk pengambilan sampel digunakan rumus slovin, yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

$$n = \frac{10.448}{1 + 10.448 \times (0,1)^2} = 100 \text{ responden}$$

Dengan adanya penetapan sampel, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden melalui *google form* yang disebar oleh peneliti melalui media sosial WhatsApp.

Demografi Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, maka diperoleh data penelitian berdasarkan jenis usaha dan pemanfaatan media sosial. Data yang dikumpulkan oleh peneliti telah didapatkan jumlah responden menurut jenis usahanya yaitu, perdagangan mendominasi dengan jumlah 80 pelaku UMKM dengan presentasi 80%, pariwisata dengan jumlah 10 pelaku UMKM dengan presentasi 10%, dan kerajinan dengan jumlah 10 UMKM dengan presentasi 10%. Data berdasarkan pemanfaatan media sosial yaitu 100 pelaku UMKM menggunakan media sosial dengan presentase 100% dan yang tidak menggunakan media sosial adalah 0%.

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemanfaatan Media Sosial	100	3	5	3.91	5.844
Modal Usaha	100	2	5	4.11	5.888
Pemahaman Akuntansi	100	2	5	3.78	3.728
Keberlanjutan Bisnis UMKM	100	3	5	4.17	2.374
Valid N (listwise)	100				

Tabel 1 menunjukkan statistik deskriptif variabel penelitian dengan jumlah data 100 responden adalah nilai minimum dari semua variabel adalah 2 dan nilai maksimum dari semua variabel adalah 5 dengan nilai mean tertinggi yaitu 4.17 dan nilai terendah 3.78 dengan standar deviasi terendah 2.374 dan tertinggi 5.888.

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Hasil penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel dan jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item tersebut tidak valid. Dengan jumlah responden sebanyak 100 dengan nilai signifikan 5% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,197. Berdasarkan output SPSS 22 semua variabel memiliki r hitung lebih besar dari r tabel atau dikatakan semua variabel dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu kuesioner itu dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu instrument dalam suatu kuesioner dikatakan andal jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	0,923	Reliabel
Modal Usaha (X2)	0,91	Reliabel
Pemahaman Akuntansi (X3)	0,894	Reliabel
Keberlanjutan Bisnis UMKM (Y)	0,792	Reliabel

Dari hasil tabel 2, dapat dinyatakan variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat diandalkan karena nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60.

Hasil Uji Normalitas

Hasil dari uji normalitas menggunakan alat uji *One Sample K-S* menjelaskan bahwa data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Hal tersebut dikarenakan nilai Asymp Sig. (2-tailed) bernilai 0,200 > 0,05. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Variabel Keberlanjutan Bisnis UMKM (Y)

		Keberlanjutan Bisnis UMKM	Pemanfaatan Media Sosial	Modal Usaha	Pemahaman Akuntansi
N		100	100	100	100
Normal	Mean	3,4886	3,6249	3,4937	3,586
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	0,13805	0,26783	0,30804	0,25257
Most Extreme	Absolute	0,097	0,124	0,131	0,13
Differences	Positive	0,097	0,104	0,084	0,13
	Negative	-0,051	-0,124	-0,131	-0,126
Kolmogorov-Smirnov Z		0,919	1,177	1,239	1,231
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,367	0,125	0,093	0,097

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat dideteksi menggunakan VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*. Jika $VIF \geq 10$ dan nilai *Tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi gejala Multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	0,973	1,027	Non Multikolinieritas
Modal Usaha (X2)	0,982	1,018	Non Multikolinieritas
Pemahaman Akuntansi (X3)	0,956	1,046	Non Multikolinieritas

Hasil dari tabel 4 dapat diperoleh informasi bahwa semua variabel diperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak menunjukkan gejala multikolinieritas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan *Uji Glejser* dengan ketentuan apabila nilai signifikan > 0,05 maka dapat diartikan model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.272	1.319		2.481	.015
Pemanfaatan Media Sosial	-.032	.021	-.153	-1.509	.135
Modal Usaha	.008	.021	.039	.389	.698
Pemahaman Akuntansi	-.049	.033	-.151	-1.504	.136

Dari tabel 5 tersebut diperoleh nilai signifikan ke tiga variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05 yang artinya bahwa tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen Abs_Res. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	11.037	2.149		5.137	.000
Pemanfaatan Media Sosial	.206	.034	.506	5.979	.000
Modal Usaha	-.019	.034	-.048	-.572	.569
Pemahaman Akuntansi	.145	.053	.228	2.717	.008

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Bisnis UMKM

Hasil analisis dari tabel 6 menghasilkan rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 11,037 + 0,206X_1 - 0,019X_2 + 0,145X_3 + e$$

(sig.0,000) (sig 0,569) (sig 0,008)

Keterangan:

- Y = Keberlanjutan Bisnis UMKM
X₁ = Pemanfaatan Media Sosial
X₂ = Modal Usaha
X₃ = Pemahaman Akuntansi
α = Konstanta
β = Koefisien Regresi
e = Error Term (faktor pengganggu)

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji F

Hasil uji F menjelaskan bahwa terjadi pengaruh secara simultan dalam model regresi. Hasil pengujian dapat ditunjukkan pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	190.483	3	63.494	16.595	.000 ^b
Residual	367.307	96	3.826		
Total	557.790	99			

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Bisnis UMKM

b. Predictors: (Constant), Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Pemanfaatan Media Sosial

Berdasarkan tabel 7 output SPSS diatas, diketahui nilai signifikan F sebesar 0,000. Karena nilai sig. 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 16,595. Karena nilai F hitung 16,595 > F tabel 2,70, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel pemanfaatan media sosial (X₁), modal usaha X₂), dan pemahaman akuntansi (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable keberlanjutan bisnis UMKM (Y)

2. Uji R²

Uji R² digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam

koefisien (R^2) yang nilainya antara 0 – 1. Untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen ini dapat dilihat pada 8 dibawah ini.

Tabel 8 Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.584 ^a	.341	.321	1.956

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Pemanfaatan Media Sosial

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 8 dapat disimpulkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 32,1% variabel dependen yakni keberlanjutan bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan media sosial (X1), modal usaha (X2), dan pemahaman akuntansi (X3) sedangkan 67,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

3. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Untuk menguji pengaruh tersebut, digunakan uji t, yaitu dengan membandingkan nilai t dengan 0,05. Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai signifikan $t < \alpha = 0,05$. Untuk hasil pengujian model regresi secara parsial, dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.037	2.149		5.137	.000
Pemanfaatan Media Sosial	.206	.034	.506	5.979	.000
Modal Usaha	-.019	.034	-.048	-.572	.569
Pemahaman Akuntansi	.145	.053	.228	2.717	.008

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Bisnis UMKM

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa Pemanfaatan Media Sosial memiliki pengaruh positif terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM karena pemanfaatan media sosial memiliki nilai statistik uji t sebesar 5,979 dengan nilai signifikan t sebesar 0,000. Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Kemudian Modal Usaha tidak berpengaruh terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM karena modal usaha memiliki nilai statistik uji t sebesar -0,572 dengan nilai signifikan t sebesar 0,569. Nilai signifikan t lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sedangkan Pemahaman Akuntansi berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM karena pemahaman akuntansi memiliki nilai statistik uji t sebesar 2,717 dengan nilai signifikan t sebesar 0,008. Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

V. Simpulan Dan Saran

Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh variabel pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM Kota Batu di masa pandemi Covid-19. Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linier berganda, dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini secara simultan dimana ketiga variabel independen yakni pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi dapat

mempengaruhi secara simultan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu.

2. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu.
3. Variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu.
4. Variabel pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu.

Keterbatasan

Adapun keterbatasan penelitian dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Data penelitian yang berasal dari responden yang disampaikan secara tertulis melalui form dengan bentuk instrumen kuesioner mungkin mempengaruhi validitas hasil. Persepsi responden belum tentu mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
2. Penelitian ini tidak bersifat homogen, yang artinya penelitian ini tidak spesifik pada satu jenis bidang usaha.
3. Nilai *Adjusted R Square* hanya 32,1% karena peneliti hanya menggunakan variabel pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi sebagai variabel independen dan keberlanjutan bisnis UMKM di masa pandemi Covid-19 di Kota Batu sebagai variabel dependen.
4. Keterbatasan pada variabel modal usaha yang tidak dapat menjelaskan pengaruh langsung terhadap variabel keberlanjutan bisnis.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka penulis memberikan saran antara lain:

1. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan teknik lain selain kuesioner, seperti wawancara dalam mengumpulkan data mengenai keberhasilan UMKM, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden terkait pernyataan yang diajukan saat penelitian dapat lebih akurat.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih spesifik dalam memilih objek penelitian, sehingga dapat diketahui secara jelas apa yang menjadi faktor-faktor keberlanjutan bisnis pada bidang usaha tertentu. Karena tidak menutup kemungkinan faktor pada suatu bidang usaha akan sama dengan bidang usaha lainnya. Seperti, penelitian yang hanya dilakukan pada bidang usaha pertanian, bidang usaha perdagangan, atau bidang usaha pariwisata.
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan faktor lain yang memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM sehingga dapat memperluas kajian mengenai penelitian di bidang keberlanjutan bisnis UMKM. Seperti yang telah disampaikan oleh Yanti, dkk (2017) faktor keberlanjutan UMKM, yaitu: umur, pendidikan, kepemilikan sarana teknologi, kualitas produk, daya saing, kondisi lingkungan usaha, kreativitas, dan dukungan pemberdayaan UMKM.
4. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel modal usaha sebagai variabel intervening yaitu untuk memediasi atau perantara hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara tidak langsung atau sebagai variabel moderating yang digunakan untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

DAFTAR PUSTAKA

- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media*, Business Horizons.
- Ely Suhayati, Sri Dewi Anggadini. 2009. *Akuntansi Keuangan, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gamble, Michael and Teri Kwai Gamble. 2005. *Communication Work 8th edition*, New York : McGraw-Hill.
- Ganda Tua Sibarani, Choms Gary dkk. 2019, *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Herawaty, N., & Yustien, R. (2019). *Pengaruh Modal, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Karakteristik Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil*.
- <https://radarmalang.jawapos.com>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Online). Tersedia di <https://kbbi.kemendikbud.go.id/> diakses 10 Oktober 2021.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (kedua; M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.)*. Bandung.
- Tanti, G, A, S., & Dewi, P, E, D, M. (2020). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng*. 11(2). 2614 – 1930.
- Warren Reeve Fess. (2005), “*Accounting/Pengantar Akuntansi*”. 21th edition. Salemba Empat Jakarta.
- Zarella, D. 2010. *The Social Media Marketing Book*, PT Serambi Ilmu Semesta Anggota IKAPI Jakarta.

*) **Wahyu Zakiyah Faradillah** adalah Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

) **Maslichah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang

) **Afifudin adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang