

Pengaruh Literasi Keuangan Motivasi Kerja Penggunaan Media Sosial Terhadap Keberlangsungan Bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

Muhammad Mahyudin Muhtar^{1*}, Noor Shoodiq Askandar², M. Cholid Mawardi³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi : Mahyudinjr14@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy, work motivation, and the use of social media on the sustainability of MSME business in Sandubaya District, Mataram City. The independent variables in this study are financial literacy, work motivation, and use of social media, while the dependent variable is the business continuity of MSMEs in Sandubaya District, Mataram City. This type of research is quantitative research. The source of data in this study is primary data with data collection methods in the form of a questionnaire. The population in this study were SMEs in the Sandubaya District, Mataram City, with a sample of 98 people. By using regression analysis, it is found that the financial literacy and work motivation variables have no effect on the sustainability of the MSME business, while the social media use variable has a positive and significant effect on the MSME business continuity. These results imply that increasing and socializing the use of social media is needed to increase income. Entrepreneurship through social media is used for promotional tools and other social media users will begin to recognize and know what is offered.

Keywords: Financial literacy, work motivation, use of social media. MSME business continuity.

PENDAHULUAN

Pilar ekonomi yang paling signifikan di Indonesia adalah UMKM. Menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini terdapat 64,2 juta UMKM, dan kontribusinya terhadap PDB adalah 61,07% atau 8.573,89 triliun rupiah. Potensi menyerap 97% tenaga kerja dan membawa hingga 60,4% dari total investasi adalah dua cara UMKM berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2019 menunjukkan saat ini terdapat 65,5 juta pelaku UMKM di seluruh dunia. Hal ini tak lepas dari pandemi Covid-19 yang juga berimbas pada sektor UMKM di Indonesia.

Dampak lain dari pandemi ini adalah pergeseran konsumsi barang dan jasa dari *offline* ke *online*, meningkatkan trafik internet sebesar 15-20%. Pada era modern yang kebanyakan manusia mulai beralih ke dunia digital dalam segala urusan atau transaksi bisa mengembangkan UMKM meskipun di era wabah corona virus yang melibatkan pakar dan profesional bisnis.

Perkembangan UMKM menurut klasifikasi usaha di kota mataram pada tahun 2019 sejumlah 22.473 dengan klasifikasi usaha mikro mikro 15,746. kecil 6,194, menengah 533. Sedangkan data 2020 dan 2021 menurut klasifikasi usaha di kota mataram mikro 15,746. kecil 6,194, menengah 533.

Setiap organisasi atau bisnis yang sedang berjalan ingin menjaga kelangsungan bisnisnya. Kelangsungan bisnis membutuhkan proses yang panjang dan tidak dapat dicapai secara instan. "Keberlanjutan perusahaan merupakan suatu kondisi yang kondusif bagi keberhasilan suatu perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan yang dinamis, yang

dibuktikan dengan seberapa baik perusahaan tersebut memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingannya." (Noe et al, 2011).

Anggraeni (2016) "Literasi keuangan mempengaruhi cara orang berpikir tentang situasi keuangan mereka, mempengaruhi keputusan strategis terkait keuangan, dan manajemen pemilik bisnis yang lebih baik." Oleh karena itu literasi keuangan adalah indikator yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha dan mempermudah membuat keputusan yang tepat dan cermat. "Pemangku kepentingan UMKM memiliki motivasi yang kuat untuk meningkatkan kemajuan usaha dan bekerja keras untuk meningkatkan kemajuan usaha" (Darmawan, 2013).

Tajudeen et al (2018) Mengatakan "Media sosial memungkinkan komunikasi antara perusahaan dan pelanggan menjadi lebih terbuka, sehingga perusahaan dapat memahami kebutuhan dan motivasi pelanggan, serta dapat merespon dengan efisien". Penggunaan sosial media pada suatu organisasi atau perusahaan telah mengubah tata cara komunikasi dan hubungan dengan pelanggan.

Menurut rangkuman dan sejumlah penelitian sebelumnya yang disertakan, penelitian ini sangat penting karena banyak perusahaan gagal karena tidak mampu mempertahankan kelangsungan keuangan mereka. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan tingkat pengaruh yang dimiliki oleh berbagai karakteristik keberlangsungan bisnis UMKM seperti, literasi keuangan, motivasi kerja, dan penggunaan media sosial.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah badan usaha yang dimiliki oleh perorangan atau perusahaan sebagai usaha mikro. Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai badan usaha yang diatur oleh mereka yang terlibat dalam ekonomi produksi dan berpedoman pada standar yang ditetapkan oleh Undang-Undang. Ekonomi produktif sendiri berarti suatu kegiatan yang dapat meningkatkan sumber daya ekonomi dan produktivitas kerja serta dapat meningkatkan penghasilan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa UMKM ini adalah suatu usaha yang dapat meningkatkan akses sumber daya ekonomi untuk meningkatkan penghasilan dengan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. UMKM dapat membantu pemulihan ekonomi negara dengan menciptakan lapangan kerja. Mempunyai kekayaan bersih yang tidak lebih dari 50.000.000.

Keberlangsungan Bisnis UMKM

Berdasarkan keberlangsungan bisnis bagi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) harus direncanakan dan berkesinambungan. Dalam dunia perdagangan, bisnis, dan perdagangan, bisnis adalah bisnis komersial. Oleh karena itu, kelangsungan bisnis merupakan upaya untuk menjaga kelangsungan operasi perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang.

Pengertian keberlangsungan bisnis menurut Handayani (2007) adalah keberlangsungan bisnis adalah suatu kondisi bisnis, dimana terdapat cara untuk memelihara, meningkatkan, dan menjaga sumber daya dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Teknik yang digunakan didasarkan pada pengalaman sebelumnya, saran dari orang lain, dan kondisi bisnis dan ekonomi saat ini.

Literasi Keuangan

Sederhananya, literasi keuangan berarti mengetahui cara mengelola uang. Pemahaman tentang situasi keuangan yang dapat mempengaruhi keluarga dalam membuat keputusan ekonomi adalah definisi luas dari literasi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (2014) mendefinisikan literasi keuangan sebagai serangkaian proses atau kegiatan untuk mengembangkan pengetahuan, kemampuan nasabah dan masyarakat luas sehingga mampu menangani uang tunai dengan lebih baik, sesuai dengan kebutuhannya dan memberikan keuntungan. Sedangkan menurut Herdjiono (2016:230) Indikator literasi keuangan ada empat bagian yakni: Pemahaman dasar keuangan pribadi (*Basic Personal Finance*), Pemahaman tentang pengelolaan kredit dan utang (*Credit and Debt Management*), Mengelola tabungan dan investasi (*Saving and Investment*) dan Pengetahuan tentang risiko manajemen (*Risk Management*).

Motivasi Kerja

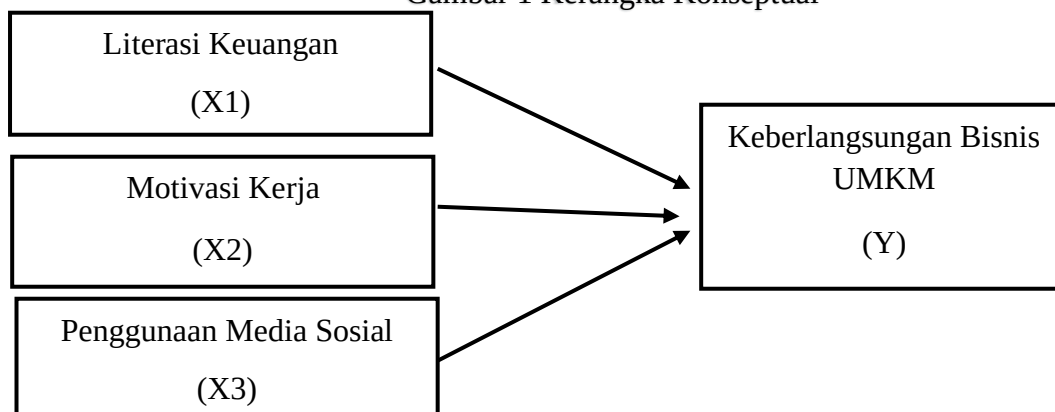
Motivasi adalah hal yang penting untuk sebuah organisasi yang sukses, menurut Pamela & Oloko (2015:43), karena membantu organisasi untuk terus beroperasi dan bertahan. Motivasi adalah proses memulai perilaku, mempertahankan perkembangan perilaku, dan mengarahkan perilaku tindakan tertentu. Motif kemudian dapat memotivasi pekerja untuk melakukan tindakan. Setiap tindakan individu selalu didasari dengan niat akan melakukan suatu kegiatan. Banyak peneliti telah membahas dan menyusun teori motivasi. Motivasi adalah kesediaan untuk melakukan banyak upaya menuju tujuan organisasi, bergantung pada kapasitas upaya untuk memenuhi beberapa kebutuhan pribadi (Wan & Tan, 2013).

Penggunaan Media Sosial

Media *online* atau yang biasa kita kenal dengan internet sudah menjadi salah satu pilihan masyarakat yang digunakan untuk membantu memperlancar kegiatan sehari-harinya dan dengan internet yang memiliki jejaring yang sangat luas juga dapat menghubungkan satu orang dengan orang lain meskipun jarak berjauhan. Kaplan & Haenlein (2010:53), menyatakan program berbasis web yang disebut media sosial memungkinkan Anda memproduksi dan mendistribusikan informasi. Dengan media sosial ini pengguna juga dapat mengakses informasi terkini dengan mudah, pengguna tidak hanya dapat mencari informasi dalam negeri akan tetapi juga bisa mengakses informasi yang ada di luar negeri.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Hipotesis

- H₁: Literasi keuangan, Motivasi kerja, Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram
- H₂: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram
- H₃: Motivasi kerja berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram
- H₄: Penggunaan media sosial berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. 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 Kecamatan Sandubaya Kota Mataram
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 Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y) dan variabel independennya adalah Literasi Keuangan (X1), dan Motivasi Kerja (X2) dan Penggunaan Media Sosial (X3). Indikator Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y) adalah:

- a) Terjadi peningkatan modal dalam usaha yang dijalankan
- b) Terjadi peningkatan pendapatan
- c) Terjadi peningkatan volume penjualan usaha yang dijalankan
- d) Terjadi penambahan output produksi usaha yang dijalankan
- e) Terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja

Indikator untuk Literasi Keuangan (X1) adalah:

- a) Memiliki pengetahuan akuntansi dasar
- b) Memahami manfaat pengelolaan keuangan
- c) Memahami cara mengelola keuangan secara efektif
- d) Mengetahui syarat yang diperlukan untuk mendapatkan pinjaman dari bank
- e) Dapat menganalisis kinerja keuangan secara berkala

Indikator untuk Motivasi Kerja (X2) adalah:

- a) Upah yang diterima dari hasil kerja paruh waktu sangat memuaskan dan sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan
- b) Upah yang diterima dari hasil kerja paruh waktu dapat memenuhi kebutuhan
- c) Kondisi lingkungan tempat kerja sangat nyaman untuk bekerja
- d) Perlengkapan dan peralatan bekerja sangat aman dan memadai untuk digunakan
- e) Hubungan sesama rekan kerja di lingkungan kerja sangat baik

Indikator untuk Penggunaan Media Sosial (X3) adalah:

- a) Mempromosikan produk di jejaring sosial meningkatkan volume penjualan

- b) Promosi melalui jejaring sosial meningkatkan transaksi pembelian
- c) Setelah mempromosikan produk di jejaring sosial, perputaran dana usaha berkembang cepat
- d) Promosi di jejaring sosial membuat jumlah pelanggan bertambah
- e) Promosi melalui jejaring sosial meningkatkan jumlah permintaan produk tersebut

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui pembagian kuesioner yang disebarakan secara offline kepada Pelaku UMKM Kecamatan Sandubaya Kota Mataram melalui formulir. Kuesioner 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, Analisis Statistik Deskriptif, Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan diolah dengan SPSS 24.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Populasi dan Sampel

Responden dalam penelitian ini adalah Pelaku UMKM Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Kemudian untuk pengambilan sampel digunakan rumus slovin. Dengan adanya penetapan sampel, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dan responden terpilih 98 responden melalui pembagian formulir secara offline.

4.2 Demografi Responden

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, maka telah didapatkan data jumlah responden menurut jenis usahanya, tahu dan tempe mendominasi dengan jumlah 70 pelaku UMKM, roti dengan jumlah 20 pelaku UMKM, dan Kue Brownis dengan jumlah 8 pelaku UMKM. Data berdasarkan penggunaan media sosial yaitu 80 pelaku UMKM menggunakan media sosial dan yang tidak menggunakan media sosial 18 pelaku UMKM.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Kuesioner yang sudah terkumpul ditabulasi untuk tujuan analisis. Data tersebut ditabulasi yang kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS versi 24.

Tabel 1 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan (X1)	98	2	5	4.43	.674
Motivasi Kerja (X2)	98	3	5	4.51	.662
Penggunaan Media Sosial (X3)	98	2	5	3.86	.837
Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y)	98	3	5	4.17	.658
Valid N (listwise)	98				

Berdasarkan tabel 1 bisa dijelaskan bahwa literasi keuangan (X1) memiliki minimum 2 dan maksimum adalah 5, dengan rata-rata 4,43 serta standar deviasinya 0,674. Variabel motivasi kerja (X2) memiliki minimum 3 dan maksimum adalah 5, dengan rata-rata 4,51 serta standar deviasinya 0,662. Variabel penggunaan media sosial (X3) memiliki minimum 2 dan maksimum adalah 5, dengan rata-rata 3,86 serta standar deviasinya 0,837. Untuk variabel keberlangsungan bisnis UMKM memiliki minimum 3 dan maksimum adalah 5, dengan rata-rata sebesar 4,17 serta standar deviasinya 0,658.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

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 98 dengan nilai signifikan 5% maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,198. Berdasarkan *output* SPSS 24 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 instrumen dalam suatu kuesioner dikatakan andal jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,776	Reliabel
Motivasi Kerja (X2)	0,838	Reliabel
Penggunaan Media Sosial (X3)	0,924	Reliabel
Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y)	0,703	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 $0,250 > 0,05$. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Literasi Keuangan (X1)	Motivasi Kerja (X2)	Penggunaan Media Sosial (X3)	Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y)
N		98	98	98	98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	59.16	45.38	39.32	21.08
	Std. Deviation	4.729	3.873	5.798	2.152
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.162	.111	.186
	Positive	.136	.116	.077	.135
	Negative	-.138	-.162	-.111	-.186
Kolmogorov-Smirnov Z		.138	.162	.111	.186
Asymp. Sig. (2-tailed)		.172 ^c	.186 ^c	.085 ^c	.243 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,977	1.023	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Motivasi Kerja (X2)	0,951	1.052	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Penggunaan Media Sosial (X3)	0,969	1.032	Tidak Terjadi 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 bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. 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 uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.120	2.021		2.038	.044
Literasi Keuangan	-.013	.026	-.052	-.507	.613
Motivasi Kerja	-.011	.032	-.035	-.337	.737
Penggunaan Media Sosial	-.036	.021	-.173	-1.683	.096

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 24

Berdasarkan tabel 5 diperoleh informasi bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikan 0,613, motivasi kerja memiliki nilai signifikan 0,737, dan penggunaan media sosial memiliki nilai signifikan 0,096. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.352	3.230		4.444	.000
Literasi Keuangan	-.001	.041	-.001	-.016	.987
Motivasi Kerja	-.008	.051	-.014	-.156	.876
Penggunaan Media Sosial	.181	.034	.489	5.337	.000

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Bisnis UMKM

Hasil dari tabel 6 merupakan hasil analisis regresi linier berganda yang secara *constant* terdapat nilai Beta 14,352, literasi keuangan terdapat nilai Beta 0,001, motivasi kerja terdapat nilai Beta 0,008, penggunaan media sosial terdapat nilai Beta 0,181. Berdasarkan regresi linier berganda yang diperoleh dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Keberlangsungan Bisnis UMKM} = 14,352 - 0,001.X_1 - 0,008.X_2 + 0,181.X_3 + e$$

1. *Constant* (Konstanta) terdapat nilai sebesar 14,352 memiliki pengertian apabila variabel literasi keuangan, motivasi kerja dan penggunaan media sosial nilainya 0, maka keberlangsungan bisnis UMKM nilainya 14,352.

2. Koefisien regresi variabel literasi keuangan sebesar -0,001 memiliki pengertian apabila variabel independen lainnya tetap dan literasi keuangan naik 1%, maka literasi keuangan akan mengalami kenaikan sebesar -0,001. Koefisien yang bernilai positif menjadikan hubungan positif antara literasi keuangan dengan keberlangsungan bisnis UMKM, jadi semakin naik nilai literasi keuangan maka akan semakin meningkat keberlangsungan bisnis UMKM.
3. Koefisien regresi variabel motivasi kerja sebesar -0,008 memiliki pengertian apabila variabel independen lainnya tetap dan nilai motivasi kerja naik 1%, maka motivasi kerja akan mengalami kenaikan sebesar -0,008. Koefisien yang bernilai positif menjadikan hubungan positif antara motivasi kerja dengan keberlangsungan bisnis UMKM, jadi semakin naik nilai motivasi kerja maka akan semakin meningkatkan keberlangsungan bisnis UMKM.
4. Koefisien regresi variabel penggunaan media sosial sebesar 0,181 memiliki pengertian apabila variabel independen lainnya tetap dan nilai individual income naik 1%, maka individual income akan mengalami kenaikan sebesar 0,181. Koefisien yang bernilai positif menjadikan hubungan positif antara penggunaan media sosial dengan keberlangsungan bisnis UMKM, jadi semakin naik nilai penggunaan media sosial maka akan semakin meningkatkan keberlangsungan bisnis UMKM.

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:

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	106.281	3	35.427	9.707	.000 ^b
Residual	343.066	94	3.650		
Total	449.347	97			

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Bisnis UMKM

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Literasi Keuangan, Motivasi Kerja

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa diperoleh nilai F hitung (9,707) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari α sebesar 0,05, maka artinya H1 diterima sedangkan H0 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan variabel Independen Literasi Keuangan (X1), Motivasi Kerja (X2), Penggunaan Media Sosial (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberlangsungan Bisnis UMKM (Y).

2. Uji (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah metode analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1) dan variabel terikat (Y). untuk mengetahui hasil uji R^2 yaitu dengan cara apabila nilai 1 maka variabel bebas yang diperlukan untuk mendeteksi variasi variabel terikat. Adapun hasil uji R adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 ^a	.237	.212	1.910

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Literasi Keuangan, Motivasi Kerja

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 24

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 8 dapat disimpulkan bahwa Adjusted R Square Sebesar 21,2% Variabel dependen yakni Keberlangsungan Bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan (X1), Motivasi Kerja (X2), Penggunaan Media Sosial (X3) sedangkan 78,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

3. Uji t

Uji parsial yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen atau bebas membentuk model regresi secara individu terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau terikat. 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)	14.352	3.230		4.444	.000
Literasi Keuangan	-.001	.041	-.001	-.016	.987
Motivasi Kerja	-.008	.051	-.014	-.156	.876
Penggunaan Media Sosial	.181	.034	.489	5.337	.000

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Bisnis UMKM

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM memiliki nilai statistik uji t sebesar -0,016 dengan nilai signifikansi sebesar 0,987 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Kemudian Motivasi Kerja tidak berpengaruh terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM memiliki nilai statistik uji t sebesar -0,156 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,876 Nilai signifikan t lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Sedangkan Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Keberlangsungan bisnis UMKM karena Penggunaan Media Sosial memiliki nilai statistik uji t sebesar 5,337 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji pengaruh variabel literasi keuangan, motivasi kerja, dan penggunaan media sosial terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram. Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini secara simultan dimana ketiga variabel independen yakni literasi keuangan, motivasi kerja, dan penggunaan media sosial dapat mempengaruhi secara simultan terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.
2. Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.
3. Variabel Motivasi Kerja tidak berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.
4. Variabel penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan bisnis UMKM di Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.

Keterbatasan

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

1. Nilai *Adjusted R Square* hanya 21,2% karena peneliti hanya menggunakan variabel literasi keuangan, motivasi kerja, dan penggunaan media sosial sebagai variabel independen dan keberlangsungan bisnis UMKM sebagai variabel dependen.
2. Data penelitian yang berasal dari responden yang dibagikan secara langsung dalam bentuk angket terkadang dalam menjawab yang diberikan responden berbeda dengan keadaan sesungguhnya.
3. Keterbatasan pada variabel literasi keuangan dan motivasi kerja yang tidak dapat menjelaskan pengaruh langsung terhadap variabel keberlangsungan bisnis UMKM

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 keberlangsungan bisnis UMKM 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 tahu dan tempe, bidang usaha roti, atau bidang usaha kue brownis.
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan faktor lain yang memiliki kemungkinan berpengaruh terhadap keberlangsungan bisnis UMKM sehingga dapat memperluas kajian mengenai penelitian di bidang keberlangsungan bisnis UMKM. Seperti yang telah disampaikan oleh Ubaidillah (2020) faktor keberlangsungan UMKM, yaitu: adanya kompilasi rencana bisnis, pembaharuan rencana bisnis reguler, menganalisis pesaing, kemudahan memasuki bisnis baru, dan kemampuan perhitungan atau kalkulasi resiko.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. dan D. Saraswati. 2011. 10 Jurus Sukses Beragribisnis Jamur. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Andres Kaplan & Michael Haenlein, 2010. *User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons*.
- Anggraeni, B. D. (2016). Pengaruh tingkat literasi keuangan pemilik usaha terhadap pengelolaan keuangan. Studi kasus umkm depok. Jurnal Vokasi Indonesia (JVI) Vol,4. No,1. <https://jvi.ui.ac.id>. diakses tanggal 11 desember 2019 jam 20:21
- Aribawa, Aditya. 2016. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah.
- Bahiu, E. L. U. (2021) Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Keuangan UMKM di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud.

- Darmawan. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Rini. 2007. Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan Sistem Informasi dan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). Semarang: Tesis Magister Sains Akuntansi Universitas Diponegoro.
- Herdjiono 2016. Pengaruh *Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income* Terhadap *Financial Management Behavior*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan. <https://diskop.ntbprov.go.id/>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Online). Tersedia di <https://kbbi.kemendikbud.go.id/> diakses 10 Maret 2022.
- Lestanti, Dwi. (2015) Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, dan Motivasi Kerja Terhadap Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi pada Pelaku UMKM di Boyolali.
- Monticone, C. (2011). *Financial Literacy and Financial Advice: Theory and Empirical Evidence. Netspar Thesis*.
- Noe et al, 2011, *Human Resource Management, Gaining Competitive Advantage 3rd Edition*. McGraw-Hill.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2014. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Jakarta.
- Pamela, A. O., & Oloko. (2015). *Effect of motivation on employee performance of commercial banks in kenya: A case study of Kenya Commercial Bank in Migori County*. *Journal of Human Resource Studies* 5 (2)
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (kedua; M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd, Ed.). Bandung.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I., & Ainin, S. (2018). *Understanding the impact of social media usage among organizations*. *Information and Management*.
- 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.
- Ubaidillah, Moh. 2020. Menjaga Keberlangsungan Umkm Pada Masa Wabah Covid-19. Prodi Akuntansi, Universitas PGRI Madiun, Indonesia
- Wan Fauziah, W.Y., & Tan, S.K. (2013). *Generation Differences in Work Motivation: From Developing Country Perspective*. *Journal of Economy, Management and social Sciences*.