

Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Malang

Anisa Maratus Solikha¹, Moh. Amin², Umi Nandiroh³

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

Email : anisasmaubp2019@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain the impact of accounting knowledge, financial resources, creativity, and social media use on the sustainability of UMKM in the Malang City. The dependent variable in this study is the sustainability of UMKM in Malang City, and the independent factors include of accounting, business capital, innovation, and usage of social media. Because the data employed in this type of research is in the form of numbers and numbers, it is a quantitative type of study. Primary data were used in this study, and a questionnaire was used to gather the data. The participants in this study are UMKM actors who registered with Malang City's Office of Corporations, Industry, and Trade. The slovin formula is employed in the data collection process. Based on this methodology, 90 respondents from the UMKM actors were used. The multiple linear regression analysis test, instrument test, normality test, traditional assumption test, and hypothesis test were all employed to assess the hypothesis, classic assumption test, multiple linear regression analysis test, and hypothesis test. The result showed that are accounting comprehension variable had no effect on UMKM sustainability, while the venture capital variable had a positive and significant effect on UMKM sustainability, while the creativity variable had no effect on UMKM sustainability and the social media utilization variable has a significant and significant affect on the sustainability of UMKM.

Keywords: *Understanding Of Accounting, Business Capital, Creativity, Utilization of Social Media, UMKM Sustainability.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis sektor usaha yang dijalankan oleh orang atau badan usaha dan berperan penting dalam mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga dapat berfungsi sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dengan membantu menciptakan lapangan kerja, yang membantu memerangi kemiskinan dan pengangguran. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah melaporkan per tahun 2018, terdapat 64,2 juta UMKM atau 99,99% dari seluruh pelaku usaha di Indonesia. 117 juta tenaga kerja, atau 97% dari seluruh tenaga kerja di dunia usaha, dapat diserap oleh para pekerja UMKM. UMKM menyumbang 61,1% dari kontribusi ekonomi (PDB) nasional, sedangkan pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya 5.550, atau 0,01% dari seluruh pelaku perusahaan menyumbang sisanya sebesar 38,9%. Pelaku bisnis mikro menyumbang 98,68% dari UMKM ini dan mempekerjakan sekitar 89% tenaga kerja. Namun, kontribusi PDB usaha mikro hanya sekitar 37,8% (kemenkeu.go.id 2020).

Eko Sri Yuliadi, Kepala Diskoperindag Kota Malang mengatakan, sektor UMKM perlu diperkuat karena merupakan penggerak utama perekonomian. menurut informasi yang diberikan BPS Kota Malang, terdapat 10.904 ruang niaga dan pedagang di Kota Malang pada tahun 2018-2020. Angka ini masih meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Hadirnya ruang-ruang komersial dan pedagang kaki lima menjadi pertanda para pelaku UMKM. karena berkorelasi terbalik dengan produksi, pertumbuhan tahunan dianggap positif. Penguatan ekonomi menjadi salah satu prioritas Pemkot Malang untuk tahun 2023, menurut Diah Ayu Kusuma Dewi, Asisten II Bidang Ekonomi Pembangunan Setda Kota Malang. Pemerintah

Malang akan melakukan berbagai cara untuk meningkatkan perekonomian (suryamalang.com 2023).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha UMKM, antara lain pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial. Keberlangsungan usaha dipengaruhi oleh pengetahuan akuntansi yaitu dengan mengetahui cara membuat laporan keuangan pada suatu bisnis. Namun dalam prakteknya UMKM masih kesulitan untuk menerapkan dan menggunakan informasi keuangan dalam pengelolaan laporan keuangan perusahaannya. Memahami pelaporan keuangan yang baik dapat membantu ekonomi masyarakat berkembang terlepas dari keadaan mereka, dan juga dapat membantu pemulihan ekonomi dan pelaku usaha mendapatkan dukungan keuangan yang lancar. Laporan keuangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pembaca laporan keuangan khususnya pelaku UMKM tentang data keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas perusahaan. Hal ini mendukung penelitian Rini (2016) yang menegaskan bahwa keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam memahami informasi akuntansi.

Baik perusahaan berskala kecil, menengah, maupun besar, permodalan atau pembiayaan merupakan aspek yang sangat signifikan dalam mewujudkan peningkatan dan kesinambungan usaha. Definisi modal adalah uang yang digunakan untuk mengembangkan barang tambahan. Semua operasi bisnis membutuhkan uang, yang mungkin berasal dari pinjaman atau tabungan pribadi (Nizar, 2018). Selain itu inisiatif strategis seperti peningkatan pengetahuan pelaku UMKM tentang pengelolaan keuangan dan tanggung jawab harus dilakukan demi kelangsungan usaha. Memperoleh kemampuan untuk secara hati-hati mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan seseorang memungkinkan seseorang mengakumulasi jenis modal tertentu yang dikenal sebagai pengetahuan keuangan (Sari, 2019) dalam (Ferdiansyah et al., 2021).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha dalam meningkatkan kinerja pemasaran yaitu faktor kreativitas terhadap suatu produk. Hal ini perlu dilakukan karena aktivitas bisnis sangat memerlukan orang kreatif dan cepat tanggap terhadap setiap perubahan. Lingkungan yang mendorong berpikir kreatif, seperti berpikiran terbuka, memiliki waktu untuk mempertimbangkan dan mengembangkan ide-ide kreatif, serta lingkungan yang ramah dan mendukung yang menawarkan rasa aman dan kebebasan berpikir merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas pelaku usaha (*explorative*) (Safitri et al, 2021). Karena kemampuan kreativitas dapat menjadi pendorong keberhasilan suatu usaha untuk menghadapi persaingan, pelaku usaha harus memperhatikan kemampuan kreativitas dalam menciptakan suatu produk yang menarik sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran, jika kemampuan kreativitas itu baik maka tujuan suatu usaha akan mudah untuk dicapai.

Di masa sekarang ini dengan berkembangnya teknologi dan komunikasi yang semakin maju, pelaku usaha menjadikan media sosial sebagai pilihan utama untuk pemasaran dalam menyampaikan informasi. Media sosial memiliki banyak potensi untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis, yang merupakan salah satu manfaatnya. Masyarakat Indonesia sangat menariknya, layanan media sosial yang terus bermunculan seiring peluncuran platform baru selalu merebut pangsa pasar yang sesuai di Indonesia. Media sosial juga digunakan untuk meningkatkan promosi produk dan layanan, memfasilitasi kolaborasi perusahaan, sarana kontak antara pemasok dan pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen pada brand yang dimiliki. Beberapa media sosial yang sedang *booming* saat ini antara lain *Instagram*, *youtube*, dan *tiktok*. Setiap orang pasti memiliki berbagai motivasi dalam menggunakan media sosial. Sekedar untuk mencari tahu hal yang saat ini sedang berkembang, untuk melakukan komunikasi dengan orang lain, untuk berbagai informasi maupun mengikuti *trend* saat ini yaitu penggunaan media sosial menjadi bentuk eksistensi diri (Winarti, 2021).

Mayoritas pelaku UMKM hanya memandang volume penjualan sebagai “patokan”

pencapaian usaha yang mereka jalankan, pelaku UMKM hanya paham bahwa akan banyak untung jika barang banyak yang terjual, mereka tidak mengetahui berapakeuntungan mereka, berapa kerugian yang mereka tanggung. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai sejauh mana unsur-unsur seperti Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam bagaimana pengaruh pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Tinjauan teori

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut UU No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai perusahaan perdagangan yang dijalankan oleh orang atau badan usaha yang menggambarkan perusahaan menguntungkan yang memenuhi persyaratan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Sedangkan ekonomi produktif terdiri dari kegiatan yang berkaitan dengan sektor ekonomi yang dilakukan oleh rumah tangga atau organisasi komersial dalam rangka meningkatkan pendapatan dan menambah lapangan kerja. Sehingga dengan syarat yang digariskan dalam undang-undang tersebut, dapat dikatakan bahwa UMKM ini merupakan perusahaan yang dapat meningkatkan sumber daya ekonomi untuk meningkatkan pendapatan.

Pemahaman Akuntansi

Pengertian akuntansi menurut Estralita Trisnawati (2013:1) menyatakan bahwa Akuntansi adalah sistem informasi yang menyiapkan laporan tentang kegiatan keuangan dan kondisi perusahaan untuk pihak yang berkepentingan. Identifikasi, pencatatan, dan komunikasi peristiwa ekonomi yang terjadi dalam organisasi untuk kepentingan pengguna laporan keuangan internal dan eksternal terdiri dari tiga tugas mendasar yang disebut sebagai akuntansi. Pemahaman akuntansi adalah sebuah proses, cara memahamiteori akuntansi dengan baik dan benar. Pemahaman akuntansi dapat mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat dalam kondisi apapun, serta dapat mendorong pemulihan ekonomi dan manajemen keuangan untuk pemilik bisnis.

Modal Usaha

Setiap jenis uang yang berfungsi sebagai media pertukaran utama dalam urusan bisnis dan transaksi lainnya disebut sebagai modal, modal juga mengacu pada real estat yang berpotensi menghasilkan barang dan jasa yang akan meningkatkan kekayaan seseorang. Ukuran modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai pendapatan (Azzahra et al., 2021). Bagi para pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya dan menghasilkan keuntungan, mereka membutuhkan modal usaha.

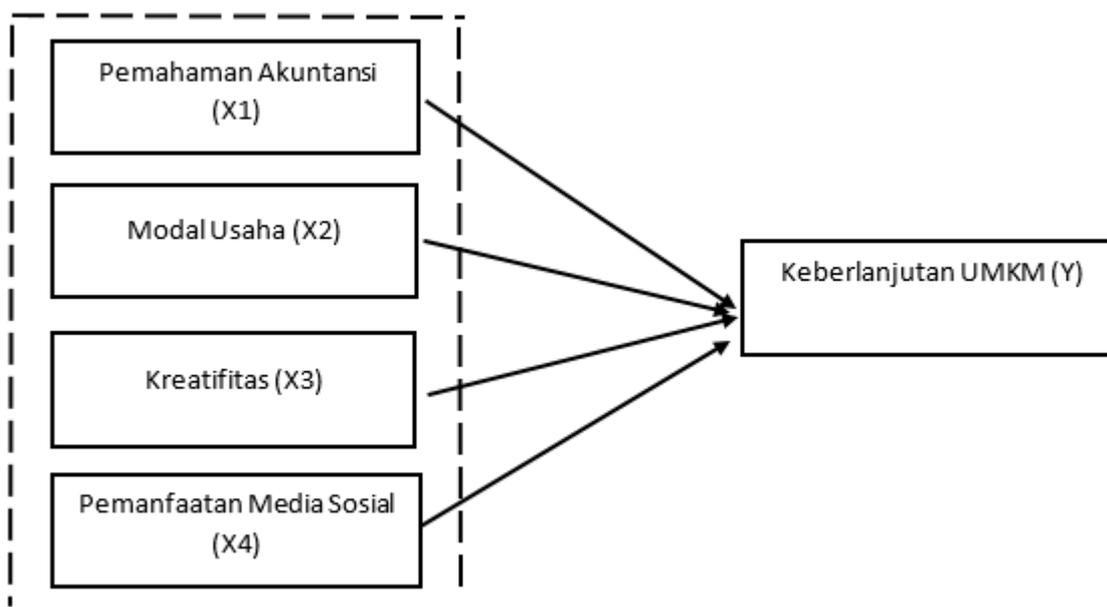
Kreativitas

Suatu pemikiran menyatakan kreativitas adalah menghubungkan kembali informasi yang memungkinkan dalam pikiran manusia untuk berpikir lebih bebas dan menghasilkan pemikiran atau ide baru yang mengejutkan orang lain dengan menciptakan hal-hal yang berguna (Evans, 1994). Kreativitas dapat menjadi pendorong pelakausaha untuk menghadapi persaingan sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial dapat dikatakan sebagai bentuk komunikasi online yang memungkinkan pengguna untuk terlibat, berkolaborasi, berbagi, dan menampilkan diri secara virtual kepada orang lain (Nasrullah,2015:11). Melalui media sosial, berbagai penjual juga bisa mengetahui kebiasaan konsumennya dan juga melakukan interaksi dengan mereka secara pribadi dan juga dapat membangun minat yang lebih dalam. Sehingga pelaku UMKM lebih mudah untuk membuat usaha dapat berkelanjutan.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H₁: pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang

H_{1a}: pemahaman akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang

H_{1b}: Modal Usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang

H_{1c}: Kreativitas berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang

H_{1d}: pemanfaatan Media Sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian berlokasi di Kota Malang dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2022 sampai Maret 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang telah terdaftar di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan di Kota Malang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal lima tahun dan terdaftar di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dan dari hasil tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 90 responden.

Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen dan variabel independen adalah variabel penelitian. Variabel dependen penelitian ini adalah keberlanjutan UMKM (Y). dimana variabel bebasnya adalah pemanfaatan media sosial (X4), Kreativitas (X3), Modal Usaha (X2), dan Pemahaman Akuntansi (X1).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pemahaman Akuntansi	90	1	5	3.98	.68
Modal Usaha	90	1	5	4.10	.74
Kreativitas	90	1	5	4.09	.68
Pemanfaatan Media Sosial	90	1	5	3.9	.65
Keberlanjutan UMKM	90	1	5	4.06	.67
Valid N (listwise)					

Sumber: Data Primer yang diolah

Dapat dijelaskan bahwa variabel pemahaman akuntansi (X1) memiliki rentang 1 sampai dengan 5, dengan nilai rata-rata 3.98 dan standar Deviasi 0.68 yang dapat dijelaskan. Kisaran Variabel modal usaha (X2) adalah dari 1 sampai 5, dengan rata-rata 4.10 dan standar deviasi 0.74. dengan nilai minimal 1 dan nilai maksimal 5, variabel kreativitas (X3) memiliki nilai rata-rata 4,09 dan standar deviasi 0,68. Dengan nilai minimal 1 dan nilai maksimal 5, variabel pemanfaatan media sosial (X4) memiliki nilai rata-rata 3,9 dan standar deviasi 0,65. Sedangkan variabel Keberlanjutan UMK (Y) memiliki rentang 1 sampai dengan 5, dengan rata-rata 4,06 dan standar deviasi 0,67.

Uji Coba Instrumen

Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pemahaman Akuntansi	X1.1	0.739	0.2072	Valid
	X1.2	0.738	0.2072	Valid
	X1.3	0.775	0.2072	Valid
	X1.4	0.734	0.2072	Valid
	X1.5	0.673	0.2072	Valid
Modal Usaha	X2.1	0.609	0.2072	Valid
	X2.2	0.619	0.2072	Valid
	X2.3	0.784	0.2072	Valid
	X2.4	0.600	0.2072	Valid
	X2.5	0.609	0.2072	Valid
Kreativitas	X3.1	0.787	0.2072	Valid
	X3.2	0.819	0.2072	Valid
	X3.3	0.840	0.2072	Valid
	X3.4	0.802	0.2072	Valid
	X3.5	0.786	0.2072	Valid
Pemanfaatan Media Sosial	X4.1	0.709	0.2072	Valid
	X4.2	0.760	0.2072	Valid
	X4.3	0.831	0.2072	Valid
	X4.4	0.776	0.2072	Valid
	X4.5	0.791	0.2072	Valid
Keberlanjutan UMKM	Y1	0.790	0.2072	Valid
	Y2	0.829	0.2072	Valid
	Y3	0.862	0.2072	Valid
	Y4	0.849	0.2072	Valid
	Y5	0.750	0.2072	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa setiap item pertanyaan menunjukkan hasil r hitung lebih besar dari r tabel (0.2072) ini menunjukkan bahwa item pertanyaan kuesioner semuanya valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cron'ach's Alpha	Keterangan
Pemahaman Akuntansi	0.783	Reliabel
Modal Usaha	0,644	Reliabel
Kreativitas	0,864	Reliabel
Pemanfaatan media Sosial	0,833	Reliabel
Keberlanjutan UMKM	0,871	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas bahwa nilai koefisien Cronbach alpha pada variabel pemahaman akuntansi 0.783, modal usaha 0.644, kreativitas 0.864, pemanfaatan media sosial 0.833, keberlanjutan UMKM 0.871. maka disimpulkan bahwa variabel pemahaman akuntansi dan moda usaha cukup reliabel , variabel kreativitas, pemanfaatan media sosial dan keberlanjutan UMKM sudah reliabel.Uji Prasyarat

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48388676
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.045
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Dapat dijelaskan bahwa model regresi linier antara pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM diperoleh nilai

0,200 pada uji normalitas data dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dimana hasilnya menunjukkan lebih besar dari 0,05 yang berarti dalam model regresi dapat dikatakan bahwa data terdistribusi secara teratur karena telah memenuhi asumsi kenormalan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.064	4.627		1.310	.194		
PEMAHAMAN AKUNTANSI	-.054	.116	-.049	-.464	.644	.915	1.093
MODAL USAHA	.285	.139	.209	2.046	.044	.958	1.043
KREATIVITAS	.345	.125	.293	2.773	.007	.897	1.115
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL	.102	.092	.111	1.103	.273	.990	1.010

a. Dependent Variable: KEBERLANJUTAN UMKM

Sumber : Data primer diolah

Dapat dijelaskan bahwa nilai toleransi pemahaman akuntansi adalah 0.915, modal usaha 0,958, kreativitas 0,897, dan pemanfaatan media sosial 0,9990, dimana hasil ini menunjukkan lebih besar dari 0,10. Variabel bebas menunjukkan nilai VIF pemahaman akuntansi sebesar 1,093, modal usaha sebesar 1,043, kreativitas sebesar 1,115 dan pemanfaatan media sosial sebesar 1,010, hasil tersebut menunjukkan lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data bersifat multikolinearitas-bebas. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara keempat variabel tersebut.

Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.442	1.847		.780	.437
PEMAHAMAN AKUNTANSI	.093	.064	.156	1.444	.152
MODAL USAHA	.015	.058	.028	.253	.801
KREATIVITAS	-.017	.062	-.030	-.267	.790
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL	-.073	.051	-.160	-1.428	.157

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber : Data yang diolah, 2023

Dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji menunjukkan bahwa variabel pemahaman akuntansi signifikansinya 0,152, modal usaha signifikansi 0,801, kreativitas signifikansinya 0,790, pemanfaatan media sosial signifikansinya 0,157. Dari hasil nilai signifikan ke empat variabel tersebut menunjukkan bahwa data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.540	2.840		1.951	.054
	PEMAHAMAN AKUNTANSI	.181	.099	.174	1.834	.070
	MODAL USAHA	.305	.089	.328	3.449	.001
	KREATIVITAS	.070	.096	.072	.730	.467
	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL	.212	.079	.263	2.688	.009

a. Dependent Variable: KEBERLANJUTAN UMKM

Sumber : Data yang diolah, 2023

Menunjukkan bahwa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$

$$Y = 5.540 + 0.181X_1 + 0.305X_2 + 0.070X_3 + 0.212X_4 + e$$

Hasil Uji Hipotesis Uji statistic F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158.624	4	39.656	7.982	.000 ^b
	Residual	422.276	85	4.968		
	Total	580.900	89			

a. Dependent Variable: KEBERLANJUTAN UMKM

b. Predictors: (Constant), PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA, PEMAHAMAN AKUNTANSI, KREATIVITAS

Sumber : Data Primer yang diolah. 2023

Karena nilai signifikan F kurang dari 0.05 maka diketahui statistik uji F sebesar 7,982 dengan nilai signifikan F sebesar 0.000. dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak bahwa variabel independen (Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Keberlanjutan UMKM).

Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.523 ^a	.273	.239	2.229

a. Predictors: (Constant), PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, MODAL USAHA, PEMAHAMAN AKUNTANSI, KREATIVITAS

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Dapat disimpulkan bahwa variabel dependen keberlanjutan UMKM, dengan adjusted R square sebesar 23,9% dapat dijelaskan oleh variabel pemahaman akuntansi (X1), modal usaha (X2), kreativitas (X3), dan pemanfaatan media sosial (X4) sedangkan 76,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian ini.

Uji Parsial (Uji -t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.540	2.840		1.951	.054
	PEMAHAMAN AKUNTANSI	.181	.099	.174	1.834	.070
	MODAL USAHA	.305	.089	.328	3.449	.001
	KREATIVITAS	.070	.096	.072	.730	.467
	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL	.212	.079	.263	2.688	.009

a. Dependent Variable: KEBERLANJUTAN UMKM

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

1. Pengaruh Pemahaman Akuntansi Terhadap Keberlanjutan UMKM

Nilai statistik uji t untuk pemahaman akuntansi sebesar 1,834 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,070. Nilai signifikansi t lebih besar atau sama dengan 0,05. Dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan bahwa variabel X1 (pemahaman akuntansi) tidak berpengaruh terhadap variabel Y (keberlanjutan UMKM) dan H1a ditolak dan H0 diterima.

Pemahaman akuntansi adalah sebuah proses, cara memahami teori akuntansi dengan baik dan benar. Maka demikian pemahaman akuntansi sebetulnya sangat penting untuk keberlanjutan UMKM karena dengan pemahaman akuntansi, agar UMKM berhasil dan bertahan, pemilik atau pengelolanya harus mampu membuat keputusan keuangan dan manajemen yang baik. Dari hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa Pemahaman akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM disebabkan karena pemahaman akuntansi tidak dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong keberlanjutan usaha. Tidak adanya pengaruh pemahaman akuntansi dapat dimengerti mengingat belum ada kebutuhan terhadap penerapan akuntansi serta belum ada kebutuhan untuk menarik investor. Karena memasuki era 5.0 ini, sudah banyak aplikasi canggih yang dapat digunakan untuk membantu pembukuan tanpa perlu pemahaman akuntansi seperti buku kas dan Griyo Pos.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Faradillah (2020) yang menemukan bahwa variabel Pemahaman Akuntansi berpengaruh signifikan dan menguntungkan terhadap keberlanjutan UMKM.

2. Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan UMKM

Nilai statistik uji t modal usaha sebesar 3,449, dan nilai t signifikan sebesar 0,001. T memiliki nilai signifikan kurang dari atau sama dengan 0,05. Pengujian ini menerima H1b dan menolak H0, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X2 (modal usaha) berpengaruh terhadap Y (Keberlanjutan UMKM). Dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM. Artinya semakin tinggi modal usaha maka semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan UMKM. Sebaliknya, apabila semakin rendah modal usaha akan semakin rendah pula tingkat keberlanjutan bisnis UMKM. Modal usaha mampu memberikan manfaat yang positif dalam keberlanjutan UMKM.

Modal usaha merupakan faktor penting dalam usaha karena pelaku usaha membutuhkan modal bisnis untuk mengoperasikan perusahaan mereka dan menghasilkan keuntungan. Pada kenyataannya, modal usaha adalah sejumlah uang yang digunakan untuk melakukan operasional bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ferdiansyah et al, (2021) dan Anggraini

& Nawawi (2023) yang menyatakan bahwa modal secara parsial memengaruhi Keberlanjutan UMKM secara positif dan signifikan.

3. Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlanjutan UMKM

Nilai statistik uji t variabel Kreativitas sebesar 0,730 dengan nilai t signifikan sebesar 0,476. t memiliki Tingkat signifikansi lebih besar atau sama dengan 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel X3(Kreativitas) tidak berpengaruh terhadap variabel Y(Keberlanjutan UMKM) karena H0 diterima dan H1c ditolak oleh pengujian ini. Dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh antara variabel kreativitas terhadap keberlanjutan UMKM.

Kreativitas adalah kemampuan memikirkan sesuatu yang baru atau berbeda. Sebagaimana banyak diketahui bahwa seseorang dapat menggunakan otak kanan dan kirinya untuk membangun pemikirannya (Winardi,2003). Kreativitas sebenarnya sangat penting dilakukan untuk kelangsungan usaha karena dapat mempengaruhi bagus atau tidaknya kinerja para pelaku UMKM, oleh karena itu kreativitas sebetulnya sangat penting untuk dilakukan demi keberlanjutan usahanamun, kebanyakan pelaku umkm tidak mengembangkan ide-ide kreatif pada usaha yang dijalankan sehingga dampak kreativitas terhadap keberlanjutan UMKM tidak ditunjukkan dalam penelitian ini. Faktor yang menyebabkan penelitian ini menunjukkan variabel kreativitas tidak berpengaruh disebabkan bahwa pelaku UMKM Kota Malang ini tidak melakukan kreativitas guna keberlanjutan usahanya, dibuktikan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan terhadap UMKM Kuliner di Kota Malang menunjukkan bahwa beberapa UMKM hanya mengandalkan resep umum dari youtube atau menggunakan bahan *frozen* sehingga tidak ada ciri khas yang menjadi pembeda dari selainnya. Dan juga pada pelaku usaha fashion sebagian besar dari mereka tidak menghasilkan produk sendiri, melainkan sebagai *reseller* atau distributor.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan peneliti Nawawi, (2021) yang menunjukkan hasil bahwa kreativitas secara positif dan signifikan mempengaruhi kelangsungan usaha UMKM dalam jangka Panjang.

4. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM

Nilai statistik uji-t untuk penggunaan media sosial adalah 2,688 dan tingkat signifikansi t adalah 0,009. T memiliki nilai signifikansi kurang dari = 0,05. Dari hasil Pengujian ini dapat disimpulkan bahwa H1d diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X4 (Pemanfaatan Media Sosial) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel Y (Keberlanjutan UMKM). Artinya semakin tinggi pemanfaatan media sosial akan semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan UMKM. disisi lain, jika penggunaan media sosial berkurang, UMKM mungkin semakin rendah pula tingkat keberlanjutan UMKM.

UMKM menggunakan berbagai *platform* media sosial untuk melakukan kegiatan pemasaran produk, termasuk promosi, iklan, dan komunikasi pelanggan. *Whatsapp* dan *Instagram* adalah dua *platform* media sosial yang populer. Selain itu, beberapa pelaku UMKM menjual dagangannya di *marketplace*. Dalam hal ini, sejumlah UMKM memanfaatkan *platform Gofood/Grabfood dan Shopee*. *Marketplace* memberi pelaku UMKM rasa aman saat berinteraksi, selain mudah digunakan. Pelaku UMKM sepakat bahwa dengan menggunakan media sosial atau alat pemasaran digital lainnya, mereka dapat menjual dan mempromosikan produk mereka secara efisien. Respon konsumen dan pembelian produk dapat dipengaruhi oleh seberapa cepat informasi produk diperbarui.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ferdiansyah et al, (2021) yang menyatakan bahwa media sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel pemanfaatan media sosial, kreativitas, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Dimungkinkan untuk menarik kesimpulan berikut dari hasil pengujian menggunakan model regresi linier berganda :

1. Menurut temuan penelitian, ini menunjukkan bahwa keempat variabel independen yaitu pemahaman akuntansi, Modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial dapat mempengaruhi secara Bersama sama terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.
2. Keberlanjutan UMKM di Kota Malang tidak dipengaruhi oleh variabel pemahaman akuntansi..
3. Variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutanUMKM di Kota Malang.
4. Keberlanjutan UMKM tidak dipengaruhi oleh variabel kreativitas.
5. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.

Saran

1. Disarankan kepada peneliti selanjutnya, harus lebih rinci ketika memilih objek penelitian sehingga unsur-unsur keberlanjutan UMKM dalam industri tertentu dapat didefinisikan dengan jelas. Karena tidak menutup kemungkinan faktor bisnis tertentu akan berlaku juga untuk bisnis lainnya. Ambil contoh, penelitian yang hanya dilakukan di industri kuliner, pertanian, kosmetik, atau fashion.
2. Untuk memperluas kajian penelitian tentang keberlanjutan UMKM, sebaiknya bagi peneliti selanjutnya untuk menambah atau mengganti faktor lain, seperti kualitas produk, dukungan terhadap pemberdayaan UMKM, dan kondisi lingkungan usaha, yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. *Journal of Management and Business*, 40–55.
- Azzahra, C. I., Suyanto, S., & Darmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm (Studi Pada Umkm Bidang Perdagangan Di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 104–112. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v2i1.903>
- Ferdiansyah, A., Bukhari, E., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Raya, J. (2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2).
- Nainggolan, E. U. (n.d.). *UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Pemkot Malang Upayakan Sektor UMKM Naik Kelas. (2023). <https://suryamalang.tribunnews.com/2023/01/23/pemkot-malang-upayakan-sektor-umkm-naik-kelas> diakses pada tanggal 23 januari 2023
- Rini, A. D., & Laturette, K. (2019). Relevansi Sikap Berakuntansi Pelaku UMKM Muda dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha. 199–206.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*.

- Tasidjawa, S., Amin, M., & Affifudin. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal E-JRA*, 10(13), 1–11.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19.
- Zakiah Faradillah, W. (n.d.). 03 Februari 2022 *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang* 68 (Vol. 11).