

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

Sherly Azizatus Sa'diyah^{1*}, Anik Malikah², Junaidi³

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

*Email Korespondensi: sherlyazizatus@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of social media utilization, business capital, and accounting understanding on the sustainability of UMKM in Malang City. This research is quantitative. The data source is primary data, with a questionnaire as the data collection method. The population in this study is UMKM registered with the Malang City Cooperatives, Micro Enterprises, Industry, and Trade Office, with the Slovin formula as the sampling technique. The number of UMKM used is 96 respondents. The hypothesis was tested using descriptive statistical analysis, instrumen test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, and hypothesis test using SPSS Version 22. The results of the study showed that the variable of social media utilization had a positive and significant effect on the sustainability of UMKM businesses, while the variable of business capital had no effect on the sustainability of UMKM businesses and the variable of accounting understanding had a positive and significant effect on the sustainability of UMKM businesses.

Keywords: Social media utilization, business capital, accounting understanding, umkm business sustainability.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan datanya berupa kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang dengan teknik pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin. Jumlah pelaku UMKM yang digunakan ada 96 responden. Hipotesis yang di uji menggunakan analisis statistik deskriptif, uji instrumen, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis menggunakan alat bantu SPSS Versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM, sedangkan variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM dan variabel pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.

Kata kunci: Pemanfaatan media sosial, modal usaha, pemahaman akuntansi, keberlanjutan bisnis umkm.

PENDAHULUAN

Berkembangnya bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi pembangunan ekonomi kerakyatan di Indonesia. Pertumbuhan perekonomian di Indonesia mencapai sebesar 99% dari keseluruhan unit usaha. UMKM memberikan kontribusi Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 60,5% dan menyerap tenaga kerja sebesar 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2021 jumlah kontribusi ekspor UMKM naik sebesar 15,69% daripada tahun 2020 14,37%.

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

Seiring berjalannya waktu perkembangan media sosial sangat pesat di Indonesia. Perkembangan dunia teknologi digital menjadi peluang bisnis bagi pelaku UMKM, para pelaku UMKM mulai mengadopsi penggunaan media sosial untuk menunjang keberlanjutan bisnis usahanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai. Bisnis online menjadi pilihan utama pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualannya, karena bisnis online tidak terbatas ruang dan waktu. Permasalahan lain yang rentan dialami oleh pelaku UMKM adalah modal usaha. Besar kecilnya modal usaha bisa mempengaruhi perkembangan usaha dalam meningkatkan penjualannya.

Berdasarkan deskripsi dan beberapa penelitian terdahulu, penelitian ini sangat penting dilakukan karena banyak usaha-usaha yang tidak bisa mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

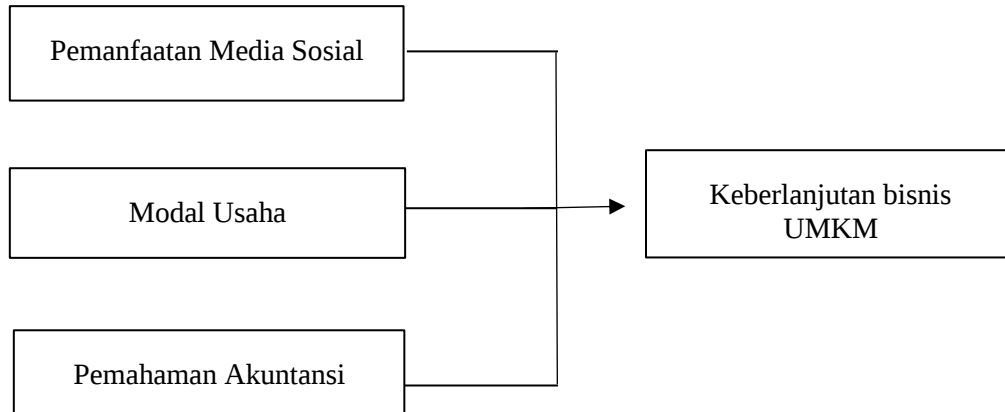
Teori Keagenan atau Agency Theory merupakan teori yang muncul sebagai akibat dari konflik kepentingan antara pihak utama sebagai pemegang saham atau disebut prinsipal dan agen sebagai manajer disebut dengan teori keagenan atau agency theory. Prinsipal mengadakan kontrak dengan agen untuk mengelola sumber daya di perusahaan. Artinya, klien menyediakan fasilitas serta sumber daya untuk kegiatan bisnis perusahaan, dan agen juga ditugaskan untuk memikul tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Sementara prinsipal memiliki kewajiban untuk memberikan hadiah atau tugas yang dibebankan kepada agen. Salah satunya adalah untuk mendapatkan untung. Tentu saja apa yang akan diminta prinsipal untuk tujuan agen dan agen kesejahteraannya sendiri.

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 didalam Undang-Undang. 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. Media sosial mendukung pertumbuhan melalui pemasaran, modal usaha menyediakan sumber daya yang dibutuhkan untuk operasional dan ekspansi, sementara pemahaman akuntansi memastikan pengelolaan sumber daya tersebut efisien dan berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan optimal dari ketiga aspek ini secara signifikan meningkatkan peluang keberlanjutan bisnis UMKM.

Keberlanjutan bisnis adalah suatu usaha untuk mempertahankan bisnis berlangsung secara terus-menerus dan bertahan dalam jangka panjang. Media Sosial menurut (Kaplan dan Haenlien, 2010) merupakan aplikasi berbasis yang memungkinkan untuk membuat dan berbagi konten. Saat ini pembuat iklan membuat konten iklannya sendiri dengan semenarik mungkin dan dapat disaksikan banyak orang (Zarella, 2010). Pemanfaatan media sosial secara efektif berpengaruh positif dengan keberlanjutan bisnis UMKM. Menurut (Iyanto, 1998) modal usaha merupakan salah satu aspek kunci yang sangat penting untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan 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 Standart 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 Institue 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.



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H₁ : Pemanfaatan media sosial, modal usaha, pemahaman akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
 H₂ : Pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
 H₃ : Modal usaha berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
 H₄ : Pemanfaatan akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. 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 Malang
2. Pelaku UMKM yang sudah bergabung dalam gerakan go digital

Operasional variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan variable 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 data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui pembagian kuesioner yang disebarakan kepada pelaku bisnis UMKM Kota Malang. 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 datanya adalah: Analisis Regresi Linier Berganda, Statistik Deskriptif, Uji Instrumen Penelitian, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis dan diolah dengan SPSS 22.0.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini Adalah pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang sejumlah 2.653 UMKM, kemudian untuk pengambilan sampel digunakan rumus slovin, yakni sebagai berikut :

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

$$n = \frac{2.653}{1+2.653 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.653}{1+26,53}$$

n = 96 responden

Dengan adanya penetapan sampel, maka peneliti menyebarkan kuesioner kepada 96 responden melalui penyebaran kuesioner terhadap pelaku UMKM di Kota Malang.

Tabel 1 Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Media Sosial	96	3.00	5.00	3.9689	.60648
Modal Usaha	96	3.00	5.00	4.1191	.50090
Pemahaman Akuntansi	96	3.00	5.00	4.5562	.46358
Keberlanjutan Bisnis	96	3.00	5.00	4.2042	.44103
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Tabel 1 menunjukkan rata-rata responden merespon setuju bahwa melalui medsos, modal usaha dan pemahaman akuntansi memberikan pengaruh besar terhadap keberlanjutan bisnis. Hal ini ditunjukkan pada respon sebesar 3,9 sampai dengan 4,5 yang artinya cenderung.

Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas dari 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 96 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.

Table 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial	X1.1	0,755	0,1671	Valid
	X1.2	0,783	0,1671	Valid
	X1.3	0,783	0,1671	Valid
	X1.4	0,807	0,1671	Valid
	X1.5	0,781	0,1671	Valid
	X1.6	0,797	0,1671	Valid
	X1.7	0,892	0,1671	Valid
	X1.8	0,739	0,1671	Valid
Modal Usaha	X2.1	0,779	0,1671	Valid
	X2.2	0,867	0,1671	Valid
	X2.3	0,640	0,1671	Valid
	X2.4	0,652	0,1671	Valid
	X2.5	0,815	0,1671	Valid
	X2.6	0,453	0,1671	Valid
	X2.7	0,760	0,1671	Valid
	X2.8	0,763	0,1671	Valid
	X2.9	0,746	0,1671	Valid
	X2.10	0,473	0,1671	Valid
	X2.11	0,752	0,1671	Valid
	X2.12	0,867	0,1671	Valid
Pemahaman Akuntansi	X3.1	0,705	0,1671	Valid
	X3.2	0,745	0,1671	Valid
	X3.3	0,589	0,1671	Valid
	X3.4	0,704	0,1671	Valid

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
	X3.5	0,575	0,1671	Valid
Keberlanjutan Bisnis UMKM	Y1.1	0,714	0,1671	Valid
	Y1.2	0,810	0,1671	Valid
	Y1.3	0,716	0,1671	Valid
	Y1.4	0,555	0,1671	Valid
	Y1.5	0,734	0,1671	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 dapat dijelaskan bahwa variabel pemanfaatan media sosial mendapatkan hasil r hitung terendah yaitu 0,739 dan r hitung tertinggi adalah 0,892. Maka dapat disimpulkan r hitung pada variabel pemanfaatan media sosial lebih besar dari r tabel yaitu 0,167, sehingga dapat disimpulkan variabel pemanfaatan media sosial adalah valid. Variabel modal usaha mendapatkan hasil r hitung terendah yaitu 0,453 dan r hitung tertinggi adalah 0,867. Maka dapat disimpulkan r hitung pada variabel modal usaha lebih besar dari r tabel yaitu 0,167, sehingga dapat disimpulkan variabel modal usaha adalah valid. Variabel pemahaman akuntansi mendapatkan hasil r hitung terendah yaitu 0,575 dan r hitung tertinggi adalah 0,745. Maka dapat disimpulkan r hitung pada variabel pemahaman akuntansi lebih besar dari r tabel yaitu 0,167, sehingga dapat disimpulkan variabel pemahaman akuntansi adalah valid. Variabel keberlanjutan bisnis UMKM mendapatkan hasil r hitung terendah yaitu 0,555 dan r hitung tertinggi adalah 0,810. Maka dapat disimpulkan r hitung pada variabel keberlanjutan bisnis UMKM lebih besar dari r tabel yaitu 0,167, sehingga dapat disimpulkan variabel keberlanjutan bisnis UMKM adalah valid.

2. Uji reliabilitas dalam penelitian ini 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 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria Reliabilitas	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial	0,915	>0.6	Reliabel
Modal Usaha	0,910	>0.6	Reliabel
Pemahaman Akuntansi	0,683	>0.6	Reliabel
Keberlanjutan Bisnis UMKM	0,754	>0.6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dari hasil tabel 3, dapat dinyatakan variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini sudah reliabel atau dapat diandalkan karena nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60.

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 4 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.38151308
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.041
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Hasil Uji Asumsi Klasik

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 5.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pemanfaatan Media Sosial (X1)	.966	1.036	Non Multikolinieritas
Modal Usaha (X2)	.963	1.039	Non Multikolinieritas
Pemahaman Akuntansi (X3)	.977	1.024	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Hasil dari tabel 5 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.

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 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-.047	.343		.891
	Pemanfaatan Media Sosial	-.095	.040	-.236	.135
	Modal Usaha	.030	.049	.061	.544
	Pemahaman Akuntansi	.130	.053	.247	.136

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

Dari tabel 6 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 Uji Hipotesis

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

Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

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 2,7-, 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 variabel keberlanjutan bisnis UMKM (Y).

Uji R^2 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 dapat dilihat pada tabel 8 di bawah 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
 Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 8 dapat disimpulkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 34,1% variabel dependen yakni keberlanjutan bisnis UMKM dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan media sosial (X1), modal usaha (X2), dan pemahaman akuntansi (X3) sedangkan 65,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

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)	16.295	2.830		5.758	.000
Pemanfaatan Media Sosial	.231	.042	.509	5.547	.000
Modal Usaha	-.021	.034	-.057	-.621	.536
Pemahaman Akuntansi	.205	.087	.353	3.581	.001

a. Dependent Variable: Keberlanjutan Bisnis UMKM
 Sumber: Data Primer yang diolah, SPSS 22

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 5.547 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Kemudian modal usaha memiliki nilai statistik uji t sebesar -0,621 dengan nilai signifikan t sebesar 0,536. Sedangkan pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM karena pemahaman akuntansi memiliki nilai statistik uji t sebesar 3,581 dengan nilai signifikan 0,001. Nilai signifikan t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan bisnis UMKM

Hasil penelitian menemukan bahwa pemanfaatan media sosial memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Semakin tinggi pemanfaatan media sosial akan semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan bisnis UMKM. Generasi milenial saat ini dapat berwirausaha melalui media sosial yang digunakan untuk sarana promosi. Para pengguna media sosial lainnya akan mulai mengenal atau paling tidak melihat dan mengetahui apa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM. Media sosial memungkinkan UMKM mempromosikan produk mereka tanpa batas geografis, menjangkau konsumen dari berbagai daerah dengan biaya yang relatif terjangkau.

Penggunaan media sosial terhadap keberlanjutan bisnis UMKM juga dapat meningkatkan volume penjualan dan *Brand Awareness* yaitu interaksi langsung dengan konsumen dan kemampuan untuk membangun citra merek dan membantu strategi pemasaran pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Urohmah, et, al (2022) yang menyatakan bahwa variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.

2. Pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan bisnis UMKM

Hasil penelitian menemukan bahwa modal usaha tidak memberikan pengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Hal ini disebabkan oleh pandangan tentang modal usaha bagi UMKM Kota Malang hanya yang berbentuk uang, lokasi usaha, sumber daya manusia dan peralatan kerja sebagai indikator modal usaha tidak dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong kelangsungan usaha. Oleh karena itu perlu dilakukan pendampingan dan pembinaan usaha berkaitan dengan pemahaman mengenai modal usaha bagi sebuah kegiatan usaha. Faktor lain yang menyebabkan penelitian ini menunjukkan variabel modal usaha tidak berpengaruh disebabkan para pelaku UMKM Kota Malang ini masih banyak yang belum menggunakan modal yang berasal dari lembaga keuangan seperti bank dan koperasi. Responden masih mengandalkan modal dari uang tabungan sendiri.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Junaedi dan Arumsari (2021) yang menyatakan bahwa variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.

3. Pengaruh pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan bisnis UMKM

Hasil penelitian menemukan bahwa pemahaman akuntansi memberikan pengaruh signifikan positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Pemahaman akuntansi mampu memberikan manfaat yang positif dalam keberhasilan usaha, hal ini menjelaskan bahwa apabila sikap pelaku UMKM atas informasi akuntansi semakin baik maka keberhasilan mengelola usaha UMKM juga semakin tinggi.

Pemahaman akuntansi menyediakan informasi keuangan yang relevan untuk keputusan strategis, seperti penetapan harga, pengembangan pasar, dan pengoptimalan penggunaan sumber daya keuangan. Pencatatan keuangan yang akurat dan teratur membantu pelaku UMKM bisa mengontrol biaya operasional dan mengetahui laba rugi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Faradillah (2022) yang menyatakan bahwa variabel penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil pengujian dengan menggunakan model regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini secara simultan variabel pemanfaatan media sosial, modal usaha, dan pemahaman akuntansi berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
2. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
3. Variabel modal usaha tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.
4. Variabel pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Kota Malang.

Keterbatasan

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 Kota Malang sebagai variabel dependen

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka penulis memberikan saran, untuk penelitian selanjutnya sebaiknya memilih faktor variabel lain yang lebih relevan yang 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. Kemudian untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel modal usaha sebagai variabel *intervening*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryo, W. (2019). Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan UKM Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi. *Diponegoro Journal Of Management*, 8(4), Halaman 152-165
- Azzahra., C. I, Suyanto., & 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*
- Faradilah., W. Z, Maslichah., & Mawardi, M. C. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial. Modal Usaha dan Pemahaman Akuntansi Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kota Malang. *Jurnal Riset Akuntansi*.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Junedi., & Arumsari., M. D., (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Keberlangsungan UsahaUMKM madu Sari Lanceng. *Jurnal Manajemen Stratefik Kewirsausahaan*
- Nizar, M. (2018) Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan Dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Sari Apel Di Kecamatan Tutur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 51- 69
- Sari, M. (2019). *Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pada UMKM Perempuan Bidang Fashion Di Unit Pasar Kencong Baru*. 221- 229
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (kedua; M. Dr. Ir. Sutopo. S. Pd, Ed.). Bandung.
- Takhim, M., &Meftahudin, M. (2018). Analisis Pengaruh Modal Usaha< Kreatifitas Dan Daya Saing Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Kasus Pada Bengkel Las Di Kabupaten Wonosobo. *Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology (JEMATech)*, 1(1), 65-73
- Urohmah., V. A, Zanaria., Y., & Kurniawan., A. (2022).Pengaruh Transaksi Online (E-Commerce). Modal Usaha dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Pendapatan UMKM di Kecamatan Metro Barat. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Zamzami, F & Nabella D, N. (2016), *Akuntansi Pengantar 1*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- 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 Kwal 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*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia.(Online). Tersedia di <https://kbbi.kemendikbud.go.id/> diakses 11 November 2023.

- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- 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.