



Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung

Iluh Anggrainingsih¹, Artie Arditha Rachman², Endah Yuni Puspitasari³

¹Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, Iluhanggraini12@gmail.com

²Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, artie_arditha@polinela.ac.id

³Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung, Indonesia, endah.akuntansi@polinela.ac.id

Corresponding Author: Iluhanggraini12@gmail.com¹

Abstract: *The rapid growth of micro, small, and medium enterprises (MSME) in Bandar Lampung highlights the significant role these businesses play in the local economy. However, many MSME face challenges in managing their financial records, utilizing accounting information, and adapting to digital marketing tools, which can hinder their success. This study aims to examine the influence of accounting knowledge, the use of accounting information, capital, creativity, and social media utilization on MSME success. Using a quantitative approach, the research involved a survey of 120 MSME owners or managers in Bandar Lampung, with data collected through questionnaires. The results, analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), reveal that all five factors positively impact MSME success. The study concludes that a combination of accounting knowledge, effective use of accounting information, sufficient capital, creativity, and social media utilization can significantly enhance the performance and competitiveness of MSME.*

Keywords: MSMES, Accounting Knowledge, Social Media Utilization, Creativity, Capital

Abstrak: Pertumbuhan pesat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Bandar Lampung menunjukkan peran penting sektor ini dalam perekonomian lokal. Namun, banyak pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam mengelola pembukuan keuangan, memanfaatkan informasi akuntansi, serta beradaptasi dengan pemasaran digital, yang dapat menghambat keberhasilan usaha mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberhasilan UMKM. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan survei terhadap 120 pemilik atau pengelola UMKM di Bandar Lampung, dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian yang dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menunjukkan bahwa kelima faktor tersebut berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kombinasi pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi yang efektif, modal yang memadai, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan performa dan daya saing UMKM.

Kata Kunci: UMKM, Pemahaman Akuntansi, Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, termasuk di Kota Bandar Lampung, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di seluruh Indonesia (Kemenkop UKM, 2023). Di Provinsi Lampung, jumlah UMKM terus mengalami peningkatan signifikan, tercatat mencapai 490.521 pada tahun 2023, dengan Kota Bandar Lampung memiliki sekitar 30.934 UMKM (BPS Provinsi Lampung, 2023). Meskipun jumlahnya meningkat, pengelolaan keuangan yang efektif tetap menjadi tantangan utama bagi pelaku UMKM, di mana lebih dari 70% UMKM di Bandar Lampung belum menggunakan sistem pencatatan keuangan berbasis akuntansi, yang menghambat kemampuan mereka dalam merencanakan, mengontrol, dan mengevaluasi keuangan usaha secara efektif (Puspitasari & Putri, 2025). Hal ini diperburuk oleh strategi pemasaran yang masih bersifat konvensional tanpa pemanfaatan media sosial atau platform digital, yang menyebabkan produk UMKM sulit bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif (Putri & Yuliani, 2023). Selain itu, kualitas produk yang tidak konsisten akibat lemahnya kontrol mutu seringkali menurunkan kepuasan pelanggan (Firdarini dkk, 2020), sehingga keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuannya mengelola berbagai sumber daya internal, termasuk pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi digital.

Pemahaman akuntansi yang baik dan penggunaan informasi akuntansi yang optimal terbukti berperan besar dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan UMKM. Ocviasari (2024) menyatakan bahwa penguatan pemahaman akuntansi memungkinkan pelaku UMKM untuk membuat keputusan keuangan yang lebih rasional, sedangkan Millati dan Sofwan (2021) menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berperan dalam pengendalian biaya dan perencanaan usaha yang lebih terarah. Kreativitas juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan keunggulan kompetitif, karena melalui inovasi produk, pelaku UMKM dapat membedakan dirinya dari pesaing dan meningkatkan daya saing usaha (Soriyani & Harahap, 2020). Di sisi lain, pemanfaatan media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp Business, juga dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar, yang terbukti memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM di sektor usaha lokal (Hariyanto dkk, 2023). Sejalan dengan teori Resource-Based View (RBV), pemahaman akuntansi dipandang sebagai aset yang bernilai dan dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi UMKM. Ketika informasi akuntansi dimanfaatkan secara optimal, pelaku UMKM dapat menyusun strategi yang lebih efektif, mengendalikan risiko dengan baik, serta meningkatkan efisiensi operasional (Ocviasari, 2024). Penelitian oleh Millati dan Sofwan (2021) juga mengonfirmasi bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM melalui peningkatan kinerja manajerial dan evaluasi usaha.

Selain pemahaman akuntansi, modal usaha yang memadai juga sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM. Modal yang cukup memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas kapasitas produksi, melakukan inovasi, dan menjangkau pasar yang lebih luas, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing (Prasetyo & Wulandari, 2020). Kreativitas, sebagai aset tak berwujud yang sulit ditiru, juga memainkan peran penting dalam menciptakan diferensiasi produk dan merespons perubahan pasar secara fleksibel (Soriyani & Harahap, 2020). Dalam kerangka teori Theory of Planned Behavior (TPB), kreativitas dan pemanfaatan media sosial berhubungan dengan sikap positif dan niat berperilaku proaktif dalam mengelola usaha. Penelitian Nugroho dan Fatmawati (2023) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang efektif dapat mendukung keberhasilan pemasaran dan pertumbuhan penjualan UMKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan UMKM

yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan serta memberikan rekomendasi strategi berbasis data kuantitatif yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja usaha mereka.

METODE

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bandar Lampung yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM, dengan jumlah lebih dari 30.934 unit (Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandar Lampung, 2024). Pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling, dengan kriteria UMKM yang memiliki izin usaha, aktif minimal 1 tahun, memiliki catatan keuangan atau pembukuan sederhana, dan menggunakan media sosial untuk promosi. Responden yang terpilih adalah pemilik atau pengelola yang berwenang mengambil keputusan usaha, berusia lebih dari 18 tahun, dan memahami operasional usaha.

Menurut Sugiyono (2023), rumus Slovin dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel ketika populasi diketahui secara pasti dengan mempertimbangkan tingkat kesalahan yang ditoleransi. Berdasarkan penerapan rumus tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 120 responden. Jumlah tersebut kemudian disesuaikan dan dibulatkan untuk menjaga efisiensi waktu serta kondisi penelitian di lapangan.

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner sebagai sumber data primer. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei, yaitu secara offline. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert 1-4, dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju, 4 = Sangat Setuju. Pilihan skala ini bertujuan untuk menghindari jawaban netral dan mendorong responden memberikan pendapat tegas (Sugiyono, 2023). Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini mengacu pada indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian terdahulu, yaitu Siregar dkk. (2021), Fauzi (2020), Husna (2021), Alhuda dkk. (2019), serta Dian Ocviasari (2024). Seluruh item kemudian disesuaikan dengan konteks UMKM di Kota Bandar Lampung.

Definisi Variabel dan Operasional Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberhasilan UMKM, yang diukur melalui peningkatan pendapatan, pertumbuhan usaha, perluasan pasar, dan kepuasan pelanggan (Barney, 1991). Variabel independen meliputi pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial. Setiap variabel didefinisikan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, kemudian diturunkan menjadi indikator pengukuran yang bersumber dari Siregar dkk. (2021), Putri & Raharjo (2020), Fauzi (2020), Utami (2022), Alhuda dkk. (2019), serta Dian Ocviasari (2024).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum pengumpulan data utama, dilakukan pilot test pada 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji validitas konvergen dan diskriminan dilakukan untuk memastikan kualitas indikator, sedangkan reliabilitas diukur dengan composite reliability dan Cronbach's alpha, yang harus di atas 0,70 untuk menunjukkan konsistensi internal yang baik (Ghozali, 2023).

Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan teknik Partial Least Squares (PLS) melalui Smart PLS 4.1.1.0. Pada model pengukuran (outer model), diuji validitas dan reliabilitas indikator, sedangkan model struktural (inner model) dianalisis untuk menguji hubungan antar variabel laten menggunakan bootstrapping untuk memperoleh nilai t-statistic dan path coefficient (Ghozali, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Konvergen dengan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Pemahaman Akuntansi (X1)	0,629
Penggunaan Informasi Akuntansi (X2)	0,601
Modal Usaha (X3)	0,589
Kreativitas (X4)	0,597
Pemanfaatan Media Sosial (X5)	0,566
Keberhasilan UMKM (Y)	0,560

Sumber: Output SmartsPLS versi 4.1.1.0 (2025)

Tabel 1. Menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai diatas 0,50. Nilai AVE tertinggi terdapat pada variabel pemahaman akuntansi sebesar 0,629, sedangkan nilai terendah pada variabel keberhasilan UMKM 0,560. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah valid secara konvergen.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan menggunakan Fornell-Lacker Criterion

Variabel	X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1 Pemahaman Akuntansi	0.793					
X2 Penggunaan Informasi Akuntansi	0.724	0.775				
X3 Modal Usaha	0.655	0.725	0.768			
X4 Kreativitas	0.661	0.672	0.606	0.773		
X5 Pemanfaatan Media Sosial	0.690	0.705	0.702	0.728	0.752	
Y. Keberhasilan UMKM	0.714	0.746	0.706	0.717	0.759	0.748

Sumber: Output SmartsPLS versi 4.1.1.0 (2025)

Tabel 2, menunjukkan bahwa semua akar dari AVE (*Fornell-Larcker Criterion*) tiap konstruk lebih besar dari pada korelasinya dengan variabel lainnya. Maka, syarat validitas diskriminan pada model ini telah terpenuhi, seperti yang tercantum dalam tabel di atas.

Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas Crombach's alpha & Composite Reliability (rho_c)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
X1 Pemahaman Akuntansi	0.852	0.894
X2 Penggunaan Informasi Akuntansi	0.833	0.882
X3 Modal Usaha	0.862	0.896
X4 Kreativitas	0.831	0.881
X5 Pemanfaatan Media Sosial	0.890	0.912
Y. Keberhasilan UMKM	0.912	0.927

Sumber: Output SmartPLS versi 4.1.1.0

Tabel 3, menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* memiliki nilai diatas 0,70. Pemahaman akuntansi 0,894, penggunaan informasi akuntansi 0,882, modal usaha 0,896, kreativitas 0,881, pemanfaatan media sosial 0,912 dan keberhasilan UMKM 0,927. Nilai *cronbach's Alpha* setiap variabelnya memiliki nilai diatas 0,70, yaitu pemahaman akuntansi 0,852, penggunaan informasi akuntansi 0,833, modal usaha 0,862, kreativitas 0,831, pemanfaatan media sosial 0,890 dan keberhasilan UMKM 0,912. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diandalkan.

Tabel 4. Nilai R Square Inner Model

R- Squared	R-Square	R-Square Adjusted
Y. Keberhasilan UMKM	0.709	0.696

Sumber: Output SmartPLS versi 4.1.1.0

Tabel 4, menunjukkan nilai r-squared pada keberhasilan UMKM sebesar 0,709 dan nilai *adjusted r-squared* sebesar 0,696. berdasarkan nilai *adjusted r-squared* yang diperoleh, dapat diartikan bahwa 69,6% perubahan variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini dipengaruhi oleh perubahan variabel independen dan sisanya sebesar 30,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Menggunakan Path Coeficient

path coefficient	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 Pemahaman Akuntansi -> Y. Keberhasilan UMKM	0.157	0.158	0.058	2.714	0.007
X2 Penggunaan Informasi Akuntansi -> Y. Keberhasilan UMKM	0.213	0.218	0.078	2.719	0.007
X3 Modal Usaha -> Y. Keberhasilan UMKM	0.156	0.158	0.066	2.383	0.017
X4 Kreativitas -> Y. Keberhasilan UMKM	0.193	0.187	0.068	2.834	0.005
X5 Pemanfaatan Media Sosial -> Y. Keberhasilan UMKM	0.249	0.248	0.082	3.046	0.002

Sumber: *Output SmartsPLS versi 4.1.1.0 (2025*

Berdasarkan hasil uji statistik yang tercantum dalam Tabel 5, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen yang diuji memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung. Pengaruh pemahaman akuntansi terhadap keberhasilan UMKM menunjukkan nilai p-value sebesar 0,007 (*p-value < 0,05*) dan nilai T-statistik 2,714 (*T-statistik > 1,96*), sehingga H1 diterima. Demikian pula, penggunaan informasi akuntansi berpengaruh signifikan dengan nilai p-value 0,007 dan T-statistik 2,719, yang membuat H2 diterima. Modal usaha juga terbukti berpengaruh dengan p-value 0,017 dan T-statistik 2,383, sehingga H3 diterima. Kreativitas menunjukkan pengaruh signifikan dengan p-value 0,005 dan T-statistik 2,834, yang membuat H4 diterima. Terakhir, pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM dengan p-value 0,002 dan T-statistik 3,046, sehingga H5 diterima.

Uji Path Coefficient menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung. Hal ini menegaskan bahwa setiap variabel tersebut memiliki kontribusi yang penting dalam mendorong keberhasilan UMKM, terutama dalam konteks pemanfaatan sumber daya internal yang optimal untuk mencapai tujuan usaha yang lebih baik.

Pengaruh Pemahaman Akuntansi terhadap Keberhasilan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,714, yang lebih besar dari nilai *T-tabel* (1,96) dan nilai *P-value* sebesar 0,007, lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dengan demikian, H¹ diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman akuntansi pelaku UMKM, semakin besar pula tingkat keberhasilan usaha yang dapat dicapai.

Hasil ini sejalan dengan teori *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang menjelaskan bahwa sumber daya internal berupa pengetahuan dan keterampilan akuntansi merupakan aset berharga yang dapat meningkatkan kinerja usaha. Pemahaman akuntansi memungkinkan pelaku UMKM untuk menyusun laporan keuangan yang akurat, mengelola arus kas, serta mengambil keputusan bisnis secara tepat.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Ocviasari (2024) yang menyatakan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Begitu pula dengan Siregar dkk. (2021) yang menegaskan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memahami prinsip-prinsip akuntansi berdampak pada efektivitas pengelolaan keuangan dan peningkatan laba usaha.

Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan UMKM

Berdasarkan hasil analisis hipotesis kedua, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,719 dan *P-value* sebesar 0,007 ($<0,05$), dengan koefisien jalur positif sebesar 0,213. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dengan demikian H² diterima Artinya, semakin baik pelaku UMKM menggunakan informasi akuntansi dalam kegiatan usahanya, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha yang dapat dicapai. Informasi akuntansi yang digunakan secara tepat akan membantu pelaku usaha dalam merencanakan strategi, mengontrol biaya, menilai kinerja, dan mengambil keputusan yang lebih terarah. Dengan demikian, penggunaan informasi akuntansi menjadi alat pendukung penting untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha sehari-hari.

Hasil ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana keputusan pelaku usaha untuk menggunakan informasi akuntansi mencerminkan sikap rasional dan niat berperilaku yang positif dalam mengelola usaha. Penggunaan informasi akuntansi yang baik membantu pelaku UMKM dalam merencanakan strategi bisnis, mengendalikan biaya, dan menilai kinerja secara objektif.

Penelitian ini sejalan dengan hasil studi Millati H dan Sofwan A (2022) serta Fauzi (2020) yang membuktikan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Artinya, pelaku UMKM yang aktif menggunakan data keuangan dalam pengambilan keputusan cenderung lebih adaptif dan efisien dalam menghadapi dinamika pasar.

Pengaruh Modal Usaha terhadap Keberhasilan UMKM

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan nilai *T-statistic* sebesar 2,383 ($>1,96$) dengan *P-value* sebesar 0,017 ($<0,05$) dan koefisien jalur sebesar 0,156. Hal ini menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dengan demikian, H₃ diterima. Artinya, semakin besar modal usaha yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usaha yang dapat dicapai, karena ketersediaan modal memungkinkan peningkatan kapasitas produksi, pengembangan usaha, serta kemampuan bersaing di pasar.

Hasil ini mendukung teori *Resource-Based View* (Barney, 1991), yang menegaskan bahwa modal merupakan sumber daya fisik penting untuk menunjang kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Modal yang memadai memungkinkan UMKM untuk memperluas kapasitas produksi, meningkatkan kualitas produk, dan memperluas jangkauan pasar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Millati & Sofwan (2022), Husna (2021), dan Apriyani & Sari (2020) yang menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini berarti ketersediaan modal yang cukup memberikan fleksibilitas bagi pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan bisnisnya.

Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, diperoleh nilai *T-statistic* sebesar 2,834 ($>1,96$) dengan *P-value* sebesar 0,005, dan koefisien jalur sebesar 0,193. Hasil ini menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dengan demikian, H₄ diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat kreativitas yang dimiliki pelaku UMKM, semakin besar pula peluang keberhasilan usahanya. Kreativitas mendorong pelaku usaha untuk menciptakan inovasi produk, strategi pemasaran yang unik, dan cara baru dalam mengelola bisnis sehingga mampu meningkatkan daya saing serta mempertahankan keberlangsungan usaha.

Menurut kerangka teori *Resource-Based View* (Barney, 1991), kreativitas termasuk ke dalam kemampuan unik yang sulit ditiru pesaing dan menjadi sumber keunggulan kompetitif. Kreativitas pelaku usaha mendorong inovasi produk, strategi pemasaran yang menarik, serta adaptasi terhadap perubahan pasar.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Hariyanto dan Ie (2023) serta Soriyani dan Harahap (2021) yang menyatakan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Kreativitas yang tinggi memungkinkan UMKM mempertahankan loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan yang ketat.

Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial terhadap Keberhasilan UMKM

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan nilai *T-statistic* sebesar 3,046 ($>1,96$) dengan *P-value* sebesar 0,002 ($<0,05$), dan koefisien jalur positif sebesar 0,249. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dengan demikian, H5 diterima. Artinya, semakin optimal pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan usahanya. Media sosial berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta mempermudah proses promosi dan penjualan secara efektif dan efisien.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), keputusan untuk memanfaatkan media sosial dipengaruhi oleh sikap terhadap teknologi, norma sosial, dan persepsi kontrol perilaku. UMKM yang aktif menggunakan media sosial memiliki akses lebih luas untuk mempromosikan produk, menjangkau pelanggan baru, serta meningkatkan penjualan dengan biaya yang efisien.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Hariyanto & Ie (2023) serta Ardhina Batik (2021) yang menemukan bahwa pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan dan keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sarana strategis dalam memperkuat eksistensi UMKM di era digital.

Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas dan Pemanfaatan Media Sosial secara Simultan terhadap Keberhasilan UMKM

Berdasarkan hasil pengujian model struktural secara keseluruhan, diperoleh bahwa seluruh variabel independen (X1–X5) secara simultan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Artinya, keberhasilan UMKM di Kota Bandar Lampung tidak hanya ditentukan oleh satu aspek saja, tetapi merupakan hasil dari kombinasi pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial yang saling melengkapi. Ketika kelima faktor ini tersedia dan dikelola dengan baik, pelaku UMKM mampu mengoptimalkan proses operasional, meningkatkan inovasi, serta memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif.

Hasil ini memperkuat teori *Resource-Based View* (Barney, 1991) yang menegaskan bahwa keberhasilan usaha berasal dari pengelolaan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan terintegrasi. Kombinasi kemampuan internal dan pemanfaatan teknologi eksternal membantu pelaku UMKM menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Millati dan Sofwan (2022) serta Hariyanto dan Ie (2023) yang menunjukkan bahwa kombinasi variabel keuangan, kreativitas, dan strategi digital marketing secara simultan memberikan kontribusi signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pelaku UMKM di Kota Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa pemahaman akuntansi, penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial secara positif mempengaruhi keberhasilan UMKM. Semakin tinggi pemahaman akuntansi pelaku usaha, semakin baik kemampuan mereka dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan bisnis yang tepat. Pemanfaatan informasi

akuntansi yang optimal juga membantu pelaku UMKM dalam merencanakan dan mengevaluasi kegiatan usaha, sedangkan ketersediaan modal yang cukup mendukung kelancaran operasional dan pengembangan usaha. Kreativitas pelaku UMKM dalam menciptakan produk dan strategi pemasaran yang inovatif meningkatkan daya tarik usaha, sementara pemanfaatan media sosial membantu memperluas jangkauan pasar. Secara simultan, kelima faktor tersebut bekerja bersama untuk meningkatkan daya saing dan performa usaha pelaku UMKM, memperkuat pentingnya kombinasi sumber daya internal dan dukungan eksternal dalam mencapai keberhasilan usaha.

Berdasarkan temuan tersebut, saran yang dapat diberikan adalah bagi pelaku UMKM untuk terus meningkatkan pemahaman akuntansi, memanfaatkan informasi akuntansi secara konsisten, dan memperkuat modal usaha melalui pengelolaan keuangan yang efisien. Selain itu, pengembangan kreativitas dan pemanfaatan media sosial sangat penting untuk menjaga adaptasi terhadap perubahan pasar. Bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait, diharapkan dapat menyediakan pelatihan praktis terkait akuntansi, manajemen keuangan, dan pemasaran digital, serta kemudahan akses permodalan. Terakhir, bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk mengeksplorasi variabel lain yang memengaruhi keberhasilan UMKM, serta memperluas cakupan wilayah penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Alhuda, R., Arifin, K., & Avriyanti, S. (2019). Pengaruh media sosial terhadap pembelian produk sepatu Fila di kalangan mahasiswa STIA Tabalong.
- Fauzi, M. (2020). Pemanfaatan Informasi Akuntansi dalam Pengembangan UMKM: Studi Empiris pada Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 15(2), 88–97.
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, M., & Ie, M. (2023). Pengaruh Kreativitas, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 45–53.
- Millati, H., & Sofwan, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 5(2), 87–95.
- Ocavisari, D. (2024). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, dan Media Sosial terhadap Keberhasilan UMKM. *Jurnal Ekonomi UMKM*, 6(1), 33–42.
- Puspitasari, E. Y., & Putri, S. (2025). Minat Penerapan Aplikasi Akuntansi Seluler pada UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Putri, K., dkk. (2014). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha dan Peran Business Development Service terhadap Pengembangan Usaha (Studi Pada Sentra Industri Kerupuk Desa Kedungrejo Sidoarjo, Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. 3(4) (024), 1-10.
- Putri, Y. A., & Raharjo, S. (2020). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 45-56.
- Ritonga, J., & Girsang, R. M. (2020). Pengaruh Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Bpjs Ketenagakerjaan Cabang Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 1(1), 31–39. Diakses pada 01 Maret 2025.
- Siregar, I. F., Rasyad, R., & Onasis, D. (2021). Pengaruh Pemahaman Ilmu Akuntansi Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Bisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Menengah Muda di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetitif*, vol.4
- Soriyan, H., & Harahap, N. (2021). Pengaruh Kreativitas terhadap Keberhasilan UMKM di Deli Serdang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 18(2), 112–120.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Kualitatif R&D*. Bandung.