

## PENGARUH PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI, MEDIA SOSIAL DAN MODAL TERHADAP KINERJA UMKM DI KEC.KOPANG LOMBOK TENGAH

ENDANG KARTINI<sup>1)</sup>, LALU MIMBAR<sup>2)</sup>, IZRAWATI<sup>3)</sup>

<sup>1,2)</sup> STIE AMM Mataram, <sup>3)</sup> MTs.Negeri 1 Lombok Barat

*Endangkartini979@gmail.com*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan informasi, media social, dan modal berpengaruh signifikan baik secara individual maupun simultan terhadap kinerja UMKM. Jenis penelitian yaitu asosiatif, artinya hubungan korelasi antar independen dengan dependen. Populasinya adalah UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah sebanyak 3.239, sampel penelitian sebanyak 97 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, F hitung sebesar 84.986 dengan probabilitas 0.000. ( $< 0.05$ ), artinya bahwa Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja UMKM. Dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi adalah signifikan karena probabilitas ketiganya dibawah 0.05. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja UMKM. Jika dilihat dari persamaan regresi Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1.233 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata Kinerja UMKM sebesar 1.233 satuan dengan asumsi ketiga variabel dalam keadaan konstan atau tetap. Satu dari ketiga variabel yang hubungan korelasi tidak searah dengan kinerja UMKM karena nilainya negatif yaitu sebesar 0.063. Sedangkan 2 variabel lainnya yaitu Media social, dan modal dengan nilai masing-masing sebesar 0.404, dan 0.408 (positif) artinya hubungan yang searah dengan kinerja UMKM. Selanjutnya nilai R sebesar 85.6%, ini menandakan hubungan korelasi antar variabel sangat kuat. Besarnya *Adjusted R Square* adalah 0.724, hal ini berarti 72.4% Kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independen. Sedangkan sisanya ( $100\% - 72.4\% = 27.6\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. *Standard Error of estimate* (SEE) sebesar 0.154. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Kinerja UMKM

---

**Kata kunci** : Penggunaan Informasi Akuntansi, Media Sosial, Modal Kinerja UMKM

### ABSTRACT

*This research aims to determine whether the use of information, social media and capital has a significant effect both individually and simultaneously on the performance of MSMEs. This type of research is associative, meaning a correlation relationship between independent and dependent. The population was 3,239 MSMEs in Kopang District, Central Lombok, the research sample was 97 respondents. The research results show that the calculated F is 84.986 with a probability of 0.000. ( $< 0.05$ ), meaning that Accounting Information, Social Media and Capital together influence MSME Performance. The three independent variables included in the regression model are significant because the probability of all three is below 0.05. It can be concluded that the three independent variables influence both partially and simultaneously the performance of MSMEs. If you look at the regression equation, the Constant Value ( $\alpha$ ) of 1,233 states that if the independent variables are considered constant, then the average MSME performance is 1,233 units assuming the three variables are in a constant or fixed state. One of the three variables whose correlation is not in the same direction as MSME performance is because the value is negative, namely 0.063. Meanwhile, the other 2 variables are social media and capital with respective values of 0.404 and 0.408 (positive), meaning that the relationship is in the same direction as the performance of MSMEs. Furthermore, the R value is 85.6%, this indicates that the correlation relationship between variables is very strong. The Adjusted R Square is 0.724, this means that 72.4% of MSME performance can be explained by variations in the three independent variables. Meanwhile, the remainder ( $100\% - 72.4\% = 27.6\%$ ) is explained by other causes outside the model. Standard Error of estimate (SEE) is 0.154. The smaller the SEE value, the more accurate the regression model will be in predicting the dependent variable, namely MSME performance*

---

**Keywords**: Use of Accounting Information, Social Media, MSME Performance Capital

## PENDAHULUAN

UMKM menjadi pondasi ekonomi rakyat, dimana sector ini mempunyai kemampuan untuk menopang perekonomian bangsa. UMKM di Indonesia berkontribusi didalam pendapatan domestic bruto (PDB) diperkirakan sebesar 61.07% atau setara dengan Rp.8.573.89 triliun pada tahun 2021. Peran serta UMKM memberikan pengaruh positif bagi Indonesia, dimana mampu menekan angkakemiskinan, meratakan kondisi perekonomian masyarakat, serta menjadi sumber pemasukan devisa. UMKM memiliki posisi yang sangat berpengaruh, karena sector ini mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat baik secara langsung maupun tidak Saat Indonesia mengalami krisis ekonomi mengalami krisis ekonomi, sector usaha UMKM juga mampu bertahan terhadap guncangan krisis. Salah satu penyebab mengapa sector UMKM ini mampu bertahan yaitu penggunaan bahan baku yang sebagian besar merupakan produk lokal.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kopang Lombok Tengah, dimana daerah ini berada di pusat dan atau wilayah pasar Jelujuk Kopang yang membuat daerah ini diminati oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis disini. Banyaknya kegiatan kewirausahaan melalui usaha mikro kecil dan menengah diharapkan mampu mengantisipasi naiknya angka pengangguran, untuk mencapai harapan itu, diperlukan peningkatan pemberdayaan UMKM agar dapat mendorong perekonomian daerah, membuka lapangan kerja dan mengurangi angka pengangguran.

Dalam mewujudkan peningkatan dan pengembangan kinerja usaha, modal atau pembiayaan merupakan factor yang sangat penting untuk setiap usaha baik skala kecil, menengah maupun besar. Modal diartikan sebagai dana digunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut. Untuk menjalan segala aktivitas UMKM pasti membutuhkan dana (modal) baik dana pribadi (equity) maupun pinjaman (Loan) (Nizar, 2018). Disamping itu juga, untuk meningkatkan kinerja usaha diperlukan pembentukan upaya-upaya strategis seperti memperluas wawasan pengetahuan pelaku UMKM mengenai pengelolaan keuangan dan akuntabilitas. Pengetahuan keuangan (financial knowledge) merupakan jenis modal tertentu yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari dengan mempelajari serta kemampuan yang dimiliki mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan dengan cara yang aman (Sari,2019). Faktor-faktor lain mempengaruhi kinerja UMKM adalah teknologi dan media social lainnya. Dengan teknologi dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas bisnis. Peranan teknologi tersebut akan mempermudah para tenaga kerja untuk menghasilkan barang dan akan meningkatkan produktivitas serta sebagai implementasi dalam mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku UMKM mulai mengadopsi penggunaan media social untuk menunjang kinerja usahanya sehingga peningkatan penjualan dapat tercapai maksimal, diantaranya; (1) Media social menawarkan manfaat bagi UMKM untuk meningkatkan pemasaran, penjualan, dan memperluas pangsa pasar. (2) Media social sangat membantu sebagai penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun berada dan berapun jaraknya (Aryo, 2019). Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan: (1) Apakah penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal berpengaruh signifikan secara individual terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah, (2) Apakah penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah. Tujuan penelitian untuk: (1) Mengetahui penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal berpengaruh signifikan secara individual terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah, (2) Mengetahui penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah

Untuk menjawab permasalahan dan mengarah kepada tujuannya, maka diperlukan kajian-kajian tiori menurut para ahli sesuai yang telah dipaparkan pada latar belakang permasalahan untuk dipergunakan sebagai acuan antara lain: Kinerja UMKM, Sistem Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal

Kinerja bisnis menginterpretasikan hubungan kuat antara kegiatan usaha dengan tujuan strategi organisasi, kepuasan, dan kemampuan berkontribusi terhadap perekonomian. Untuk membangun usaha pelaku UMKM harus memiliki kemampuan dan keyakinan diri untuk mengembangkan menjadi lebih baik. Pelaku UMKM dengan entrepreneurial self efficacy (ESE) yang tinggi dapat meningkat keterampilannya dalam pengembangan produk, menghadapi masalah dengan memikirkan solusi terbaik, dan focus pada tujuan. Keberhasilan atau kegagalan UMKM bergantung pada kelangsungan keuangan mereka. Money attitude berkaitan dengan pemahaman sikap orang terhadap uang karena menentukan perilaku uang individu. Penerapan sikap terhadap uang yang sering salah dan kurangnya manajemen pengetahuan pengelola UMKM dapat menyebabkan turunnya kinerja keuangan UMKM ( Heni Susilawati, dkk; 2022). Menurut Musran Munizu (2010) dikutip Tona Aurora Lubis (2017) bahwa Kinerja usaha digambarkan sebagai capain yang diperoleh organisasi bisnis dalam usahanya. Musran menyebut variabel kinerja usaha memiliki indicator pertumbuhan penjualan, pertumbuhan modal, pertumbuhan tenaga kerja, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba.

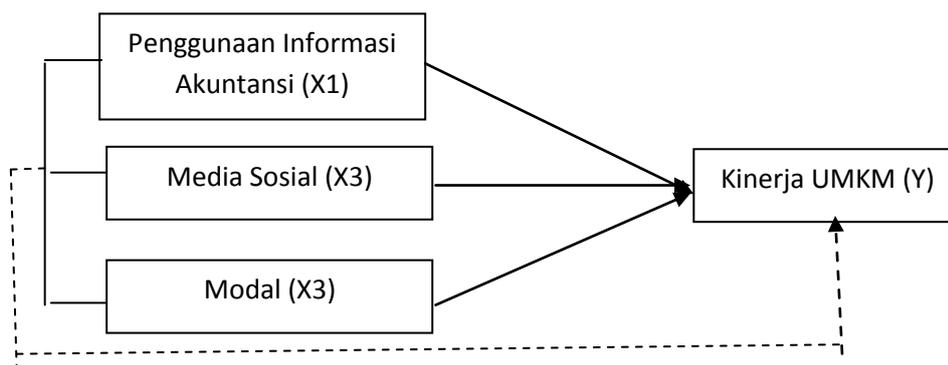
Pada dasarnya system informasi akuntansi (SIA) merupakan integrasi dari berbagai system pengolahan transaksi atau sub informasi akuntansi. Ada beberapa pengertian dari system informasi akuntansi menurut para ahli yang dikutip oleh Denny Erica dkk (2019) yaitu; George H. Bodnar & William S. Hopwood (2013) menyatakan

system informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya, seperti orang dan peralatan, yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan lainnya menjadi informasi. Agustinus Mujilan, 2015 menyebutkan bahwa system informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan, yang diatur untuk mengubah data menjadi informasi. Informasi ini dikomunikasikan kepada keragaman pengambil keputusan. Azhar Susanto (2017), mendefinisikan system informasi akuntansi sebagai kumpulan (integrasi) dari sub-sub system/komponen baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan dan bekerjasama satu sama lain secara harmonis untuk mengolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. Dari beberapa definisi system informasi akuntansi merupakan suatu kerangka kerja yang terintegrasi pada suatu entitas yang melibatkan sumber daya untuk mentranspormasikan data ekonomi ke dalam bentuk informasi keuangan yang digunakan untuk: Membentuk operasi dan aktivitas dalam lembaga, Menyediakan informasi tentang entitas tersebut.

Definisi tentang media telah banyak dikemukakan oleh para ahli. Pada umumnya para ahli membuat definisi tentang media berdasarkan sudut pandang komunikasi. Jika dilihat dari asal katanya, media merupakan kata jamak dari kata "medium". Kata ini berasal dari bahasa latin yang berarti antara. Dari sudut pandang komunikasi "medium" berarti sesuatu yang dapat menjadi perantara dalam proses komunikasi. Medium dapat juga berarti sesuatu yang dapat membantu penyampaian pesan dan informasi dari sumber pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikasi). Perkembangan teknologi informasi semakin massif dan memberikan beragam efek di hampir setiap lapisan kehidupan masyarakat. Bagaikan seleksi alam, perkembangan teknologi lambat laun mendisrupsi cara-cara lama yang terasa sudah tidak relevan dengan perkembangan zaman. Begitu halnya dengan pengembangan model pemasaran melalui media social. Model pemasaran dengan memanfaatkan media social kini menjadi primadona utama dalam memasarkan sebuah produk. Selain itu media social kini telah menjelma menjadi fenomena komunikasi massa yang lebih efektif, tanpa batasan ruang dan waktu. Merujuk pada Watie (2016) komunikasi massa level komunikasi yang sangat besar, dengan jangkauan lebih luas dan berpotensi melibatkan orang banyak di dalamnya. Memanfaatkan fenomena new media tersebut, dapat menjadi nilai tambah bagi pelaku UMKM. Dorongan transformasi untuk digitalisasi UMKM terus dilakukan demi meningkatkan potensi usaha rakyat tersebut.

Modal kerja (Working Capital) merupakan modal yang perputarannya atau jangka waktunya tidak lebih dari satu tahun periode berjalan. Modal kerja adalah investasi perusahaan dalam aktiva lancar (current assets). Modal kerja secara kolektif mencakup aktiva dan pasiva lancar dalam jangka pendek (Koh, et Al, 2014; Brigham & Houston, 2009, Hanafi, 2016; Sartono, 2014). Modal kerja merupakan modal yang digunakan untuk melakukan kegiatan operasi perusahaan. Modal kerja diartikan sebagai investasi yang ditanamkan dalam aktiva lancar atau aktiva jangka pendek, seperti kas, bank, surat-surat berharga, piutang, persediaan, dan aktiva lancar lainnya. Modal kerja adalah jumlah keseluruhan aktiva lancar, terutama terdiri atas kas-bank, piutang, dan persediaan barang-barang. Di kutip oleh R. Heru Kristanto, 2020.

### Alur Pemikiran



Keterangan:

- > Pengaruh Individual
- - - - -> Pengaruh Bersama-sama

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah Asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2008)

### Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar **jumlah** yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh **karakteristik/sifat** yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. (Sugiyono; 2008:80). Mengacu pada Sugiyono, maka populasi yang digunakan adalah seluruh UMKM yang aktif akhir periode 2022 di Kecamatan Kopang sebanyak 3.239 UMKM. Terdiri dari 9 claster yaitu (1) Claster olahan pangan sebanyak 180 (2) Kuliner sebanyak 491, (3) Kerajinan 265, (4) Dagang sebanyak 1360, (5) Jasa sebanyak 303, (6) Pertanian sebanyak 310, (7) Peternakan sebanyak 202, (8) Perikanan sebanyak 23, (9) Bahan bangunan sebanyak 105 Selanjutnya Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat mewakili anggota sampel. Oleh karena itu Kreteria pengambilannya dengan ketentuan apabila jumlah populasi lebih dari 100 maka anggota sampel harus menggunakan formula atau dengan cara lain yang sesuai dengan ketentuan yang diacu. Dengan demikian maka penelitian ini, pengambilan anggota sampel menggunakan Slowvin yang dikutip Sugiyono dengan formula:

Rumus Slowvin:

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$
$$n = \frac{3.239}{1 + 3.239 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{3.239}{1 + 3.239 (0.01)}$$
$$n = \frac{3.239}{1 + 3.239 (0.01)}$$
$$n = \frac{3.239}{1 + 32.39}$$
$$n = \frac{3.239}{33.39} = 97$$
$$n = 97$$

Jadi jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden.

### Tehnik Pengumpulan Data.

Dalam mengumpulkan data, dipergunakan adalah kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Untuk mengukur jawaban responden digunakan skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok organisasi tentang fenomena sosial dan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer dengan menggunakan 5 skala yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1, Tidak setuju (TS) nilainya 2, Kurang Setuju (KS) nilainya 3, Setuju (S) nilainya 4, dan Sangat Setuju (ST) dengan nilai 5. (Sugiyono, 2008 : 66).

## Analisis Data

### Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dalam hal ini perlu dibedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliable dengan instrumen yang valid dan reliable. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalau dalam obyek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberika data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Serlanjutnya hasil penelitian yang reliable, bila terdapat kesamaan dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam obyek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah. (Sugiyono; 2008;121 )

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang sebenarnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur pajang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. Instrumen yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh instrument yang tidak reliable/konsisten. (Sugiyono; 2008;124 ). Pengukuran validitas apakah setiap butir dalam instrument itu valid atau tidak, maka dap[at diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total (Y). Jadi untuk keperluan ini koefisien korelasi perlu dihitung. Standar bila harga korelasi dibawah 0.30, maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Sebaliknya bila korelasi diatas 0.30, maka disimpulkan bahwa instrument tersebut dinyatakan valid, sehingga setiap butir instrument dapat digunakan. ( Sugiyono; 2008;126).

Kemudian untuk mengukur reliabel atau handal tidaknya kuisoner yang merupakan indikator dari suatu variabel, Suatu kuisoner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu (Ghozali, 2009:158). Nilai reliabilitas variabel ditunjukkan oleh koefisien Cronbach Alpha > 0,60, maka sebaliknya bila nilai dibawah 0.60, maka dapat disimpulkan bahwa kuisoner tersebut tidak reliabel. (Nunnally, 2003:128)

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengatur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Ghozali, 2009:65).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimaksudkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R<sup>2</sup> pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R<sup>2</sup>* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak Seperti R<sup>2</sup>, nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009:68).

### Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2008). Menentukan F tabel dan F hitung dengan kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel informasi akuntansi, media sosial, dan modal menjelaskan variabel terikatnya, yaitu kinerja UMKM. Adapun kriteria pengujian uji F adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung > F tabel, maka H<sub>a</sub> diterima. Berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel apabila F hitung < F tabel, maka H<sub>a</sub> ditolak. Berarti masing-masing variabel independent secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

### Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (penjelas/bebas) secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Menurut Malhotra (2006:189), Uji t merupakan sebuah uji untuk menuji hipotesis rata-rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata-rata satu sampel atau dua sampel pengamatan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji penaruh varriabel bebas (informasi akuntansi, media sosial, dan modal) terhadap variabel terikat (kinerja UMKM) secara terpisah ataupun bersama-sama.

Adapun kreteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- Jika  $T_h > T_t$  maka H<sub>0</sub> ditolak H<sub>a</sub> diterima berarti ada pengaruh signifikan variable independen secara individual terhadap variable dependen

- Jika  $T_h < T_t$  maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variable independen secara individual terhadap variable dependen

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Penyajian analisis statistic deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik sampel dalam penelitian serta memberikan deskripsi variable yang digunakan. Analisis statistic deskriptif ini dapat ditunjuk dari nilai minimum, maksimum, rata-rata(mean) dan standar deviasi.

**Tabel 1 Hasil Statistik Deskriptif**

|                          | N         | Range     | Minimum   | Maximum   | Sum       | Mean      | Std. Deviation |
|--------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
|                          | Statistic      |
| Kinerja Usaha (Y)        | 97        | 1         | 4         | 5         | 470       | 4.85      | .293           |
| Informasi Akuntansi (X1) | 97        | 3         | 2         | 5         | 455       | 4.69      | .512           |
| Media Sosial (X2)        | 97        | 2         | 3         | 5         | 467       | 4.82      | .337           |
| Modal (X3)               | 97        | 2         | 3         | 5         | 468       | 4.82      | .331           |
| Valid N (listwise)       | 97        |           |           |           |           |           |                |

Sumber data diperoleh dari SPSS

Output tampilan SPSS menunjukkan bahwa jumlah responden (N) ada 97, dari 97 responden ini Kinerja Usaha (Y) terkecil (Minimum) adalah 4 dan kinerja usaha terbesar (Maximum) adalah 5. Rata-rata dari 97 responden yang kinerja usahanya adalah 4.85 dengan standar deviasi sebesar 0.293. Di lanjut pengguna informasi akuntansi (X1) terkecil (Minimum) adalah 2 dan pengguna informasi akuntansi terbesar (Maximum) adalah 5 responden. Rata – rata responden menggunakan informasi akuntansi dari 97 responden adalah 4.69 orang dengan standar deviasi sebesar 0.512. Apabila dilihat dari Media social (X2) pengguna yang terkecil (Minimum) adalah 3 orang dan terbesar (Maximum) adalah 5 responden. Rata-rata responden menggunakan media social dari 97 responden adalah 4.82 dengan standar deviasi sebesar 0.337. Hal yang sama terjadi pada modal (X3) dimana nilai Minimum adalah 3 dan yang terbesar (Maximum sebesar adalah 5. Rata-rata responden menggunakan media social adalah 4.82 dengan Standar deviasi sebesar 0.331.

### Analisis Data

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Hasil uji validitas ditunjukkan pada Tabel berikut ini:

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas**

| Variabel                 | Korelasi Item Total (R) | R Kritis | Kreteria |
|--------------------------|-------------------------|----------|----------|
| Informasi Akuntansi (X1) | 0.599                   | 0.30     | Valid    |
| Media Sosial (X2)        | 0.908                   | 0.30     | Valid    |
| Modal (X3)               | 0.905                   | 0.30     | Valid    |
| Kinerja UMM (Y)          | 0.758                   | 0.30     | Valid    |

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari hasil pengujian kuesioner penelitian sebagaimana terlihat pada Tabel di atas, diketahui bahwa secara keseluruhan dinyatakan valid, hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai r hitung lebih besar dari r kritis atau ( r hitung > 0.30 ) merujuk pada Imam Ghozali,2009).

#### Uji Reliabilitas

Reliabel sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

**Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                 | Cronbach's Alpha | Batas Minimal Cronbach Alpha | Kreteria |
|--------------------------|------------------|------------------------------|----------|
| Informasi Akuntansi (X1) | 0.639            | 0.60                         | Reliabel |
| Media Sosial (X2)        | 0.918            | 0.60                         | Reliabel |
| Modal (X3)               | 0.918            | 0.60                         | Reliabel |
| Kinerja UMM (Y)          | 0.917            | 0.60                         | Reliabel |

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa konstruk informasi akuntansi, media social, modal, dan kinerja UMKM memberikan nilai masing-masing jauh lebih besar dari standar nilai (nilai alpha > 60%) yang menurut kriteria Nunnally (1960) dapat disimpulkan bahwa semua variabel cukup reliabel.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 4 Hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .856 <sup>a</sup> | .733     | .724              | .154                       |

a. Predictors: (Constant), Modal (X3), Informasi Akuntansi (X1), Media Sosial (X2)

Dari tampilan model summary dimana nilai R adalah 85.6% ini menandakan hubungan korelasi antar variabel independen dengan dependen sangat kuat. Besarnya adjusted R<sup>2</sup> adalah 0.724, hal ini berarti 72.4% variasi Kinerja Usaha dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independen Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Kinerja UMKM. Sedangkan sisanya (100% - 72.4%) = 27.6% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Standar *Error of estimate* (SEE) sebesar 0.154. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Kinerja Usaha UMKM

### Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

**Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

| ANOVA <sup>b</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
|                    | Model      | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 6.039          | 3  | 2.013       | 84.986 | .000 <sup>a</sup> |
|                    | Residual   | 2.203          | 93 | .024        |        |                   |
|                    | Total      | 8.242          | 96 |             |        |                   |

a. Predictors: (Constant), Modal (X3), Informasi Akuntansi (X1), Media Sosial (X2)  
b. Dependent Variable: Hasil Usaha (Y)

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 84.986 dengan probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kinerja Usaha UMKM atau dapat dikatakan bahwa Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM.

### Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

**Tabel 6 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

| Model                    | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      |
|--------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      |
|                          | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. |
| 1 (Constant)             | 1.233                       | .229       |                           | 5.377  | .000 |
| Informasi Akuntansi (X1) | -.063                       | .039       | -.110                     | -1.592 | .001 |
| Media Sosial (X2)        | .404                        | .259       | .464                      | 1.562  | .002 |
| Modal (X3)               | .408                        | .261       | .460                      | 1.560  | .002 |

a. Dependent Variable: Hasil Usaha (Y)

Dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi. Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal signifikan hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk informasi akuntansi sebesar

0.001, Media Sosial sebesar 0.002, dan Modal sebesar 0.002 ketiganya dibawah 0.05. Dari sini dapat disimpulkan bahwa ketiga variable independen masing-masing berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja UMKM, hal ini dampaknya tidak terlalu besar dikarena pelaku UMKM rata-rata kurang berpendidikan, kurang pengalaman atau pemahaman tentang akuntansi maupun media social sebagai sarana untuk menyampaikan atau memasarkan hasil usahanya lebih – lebih dalam mengevaluasi hasil usaha tidak begitu paham untuk menyusun laporan hasil usahanya (laporan keuangan).

Berikut persamaan regresi yaitu:

$$\text{Kinerja UMKM} = 1.233 - 0.063 X1 + 0.404 X2 + 0.408 X3$$

Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1.233 menyatakan bahwa jika variable independen dianggap konstan, maka rata-rata Kinerja UMKM sebesar 1.233 satuan dengan asumsi variable informasi akuntansi, media social, dan modal dalam keadaan konstan atau tetap. Koefisien regresi Penggunaan Informasi Akuntansi sebesar 0.063 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 063%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang tidak searah antara penggunaan informasi akuntansi dengan kinerja UMKM. Demikian halnya Koefisien regresi Media Sosial sebesar 0.404 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 404%, nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan saearah antara media social dengan kinerja UMKM. Hal yang sama terjadi Koefisien regresi Modal sebesar 0.408 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 408%. karena nilai koefisiennya positif, artinya terjadi hubungan yang searah antara modal usaha dengan kinerja UMKM

## **Pembahasan**

Pada banyak kasus UMKM di Kecamatan Kopang Lombok Tengah terutama usaha mikro masih memiliki berbagai kendala dalam pengelolaan keuangan yang baik, rata-rata pelaku UMKM masih kurang menggunakan media untuk memasarkan usahanya, masih kurang pemahaman tentang akuntansi. Beberapa faktor yang bisa mendasari UMKM tidak menyusun laporan keuangan adalah Mindset laporan keuangan yang masih salah, sebagian UMKM berpersepsi laporan keuangan adalah laporan tentang jumlah uang. Pengetahuan akuntansi dan pengelolaan keuangan kecendrungan lebih memfokuskan bagaimana usahanya dapat bertahan ditengah derasnya persaingan bisnis yang semakin ketat. Keterbatasan tenaga dan waktu, masih mencampuradukkan harta pribadi pemilik dengan harta milik usaha, dan penentuan laba adalah sisa kas yang tersedia, sehingga kinerja UMKM masih kurang efektif dalam menerapkan, padahal dengan adanya informasi akuntansi lebih – lebih menggunakan media sangat menunjang peningkatan kinerja UMKM.

Berdasarkan hasil analisa yang datanya dikumpulkan melalui kuesioner kemudian diuji dengan program merujuk pada alat-alat yang telah dipaparkan sebelumnya, dimana rumusan masalah telah terjawab antara lain apabila dilihat dari dampaknya penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal secara individual sama-sama berpengaruh signifikan. Hal yang sama terjadi hasil analisa secara simultan berpengaruh signifikan.

Dari hasil uji persamaan regresi, Penggunaan Informasi Akuntansi sebesar 0.063 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 063%. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan yang tidak searah antara penggunaan informasi akuntansi dengan kinerja UMKM. Demikian halnya Koefisien regresi Media Sosial sebesar 0.404 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 404%, nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan saearah antara media social dengan kinerja UMKM. Hal yang sama terjadi Koefisien regresi Modal sebesar 0.408 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 408%. karena nilai koefisiennya positif, artinya terjadi hubungan yang searah antara modal usaha dengan kinerja UMKM

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan pemaparan latar belakang, permasalahan dan hasil analisa diatas, maka dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil nilai F hitung sebesar 84.986 dengan probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM. Dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi. Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Modal signifikan hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi untuk informasi akuntansi sebesar 0.001, Media Sosial sebesar 0.002, dan Modal sebesar 0.002 ketiganya dibawah

0.05. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variable indenpenden masing-masing berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja UMKM.

Apabila dilihat dari persamaan regresi Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1.233 menyatakan bahwa jika variable independen dianggap konstan, maka rata-rata Kinerja UMKM sebesar 1.233 satuan dengan asumsi variable informasi akuntansi, media social, dan modal dalam keadaan konstan atau tetap. Penggunaan Informasi Akuntansi sebesar 0.063, nilainya negatif artinya terjadi hubungan yang tidak searah dengan kinerja UMKM. Demikian halnya Koefisien regresi Media Sosial sebesar 0.404, nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan searah antara media social dengan kinerja UMKM. Hal yang sama terjadi pada Modal sebesar 0.408 menyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Kinerja UMKM sebesar 408%. karena nilai koefisiennya positif, artinya terjadi hubungan yang searah antara modal usaha dengan kinerja UMKM

Apabila dikaitkan dengan kuat atau lemahnya hubungan variable independen dan dependen, sebagaimana dihasilkan koefisien determinasi dimana nilai R adalah 85.6% ini menandakan hubungan korelasi antar variabel independen dengan dependen sangat kuat. Besarnya *adjusted R2* adalah 0.724, hal ini berarti 72.4% variasi Kinerja Usaha dapat dijelaskan oleh variasi dari ke tiga variabel independen Informasi Akuntansi, Media Sosial, dan Kinerja UMKM. Sedangkan sisanya ( $100\% - 72.4\% = 27.6\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Standar *Error of estimate* (SEE) sebesar 0.154. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Kinerja UMKM

## Saran

1. Bagi pelaku UMKM, hasil penelitian menunjukkan secara umum penggunaan informasi akuntansi, media social, dan modal sudah cukup baik, penerapannya perlu ditidakanjuti dan dipertahankan untuk menunjang peningkatan kinerja.
2. Bagi peneliti selanjutnya, metode yang digunakan masih jauh dari harapan peneliti, sehingga masih perlu diperkaya lagi dan juga alat analisa perlu ditingkatkan, variabel independen yang digunakan perlu disempurnakan, ditambah, dan kajian tentang variabel-variabel independen lain di luar model penelitian ini yang berkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi maupun media untuk dapat digunakan semaksimal mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aurora Lubis T; (2017); Kinerja UMKM, Penerbit Salim Media Indonesia (Anggota IKAPI) Jambi
- Aryo, W. (2019). Studi Tentang Media Sosial Terhadap Pengembangan Ukm Melalui Keunggulan Bersaing Dan Implementasi. Diponegoro Journal of Management, 8(4), 152–165.
- Caniduto, D (2021); Buku Saku Digitalisasi UMKM Kabupaten Kendal; Penerbit Pemerintah Daerah Kabupaten Kendal
- Dasaratha V; (2008); Sistem Informasi Akuntansi (SIA); Penerbit Salemba Empat; Jakarta
- Erica, D dkk; (2019); Sistem Informasi Akuntansi TEori dan Desain; Graha Ilmu Yogyakarta
- Endaryati E; (2022); Sistem Informasi Akuntansi (SIA), Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik (YPAT) Semarang
- Ghozali M, (2009); Aplikasi Analis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Indrayati; ( 2016); Sistem Informasi Akuntansi (Teori dan Konsep Desain SIA); Diterbitkan Oleh; Aditya Media Publishing, Malang
- Irwansyah R, dkk (2021), Marketing Digital Usaha Mikro; Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung;
- Kristanto, A; (2016); Media Pembelajaran; Penerbit Bintang Surabaya Anggota IKAPI Jawa Timur.
- Kristanto H; (2020); Pengelolaan Modal Kerja Perusahaan; Lembaga penelitian dan pengabdian Masyarakat; Universitas Nasional Veteran Yogyakarta
- Marshall B; (2022); Sistem Informasi Akuntansi (SIA); Penerbit Salemba Empat; Jakarta Selatan
- Nizar, M. (2018). Pengaruh Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah Sari Apel di Kecamatan Tukur. Jurnal Ekonomi Islam,.
- Ramli; M; (2012); Media Dan Teknologi Pembelajaran; Penerbit IAIN Antasari Banjarmasin, Kalimantan Selatan.
- Sugiyono, (2008); Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D; CV.ALFABETA Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)
- Sahabuddin R; (2015); Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Dalam Perspektif Kewirausahaan; Penerbit Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Rumah Buku Carabaca Makasar.
- Sari, M. (2019). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Pada UMKM Perempuan Bidang Fashion Di Unit Pasar Kencong Baru.
- Setiadi; (2020); Buku Pintar Sistem Informasi Akuntansi Teori dan Praktek Soal; Diterbitkan Oleh Bening Pustaka, Yogyakarta

Suharyono; (2020); Pengukuran Kinerja Bisnis Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Penerbit; Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS) Jakarta Selatan.

Surindra B, dkk; (2020 ); Manajemen Keuangan; Penerbit; Kepel Press Yogyakarta

Sriyono; dkk (2021); Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Bagian Perencanaan Keuangan; Bagian Penerbit LPPM Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Suriyanti dkk; (2023); Manajemen Keuangan; Diterbitkan oleh: Eureka Media Aksara, Anggota IKAPI Jawa Tengah

Saimara; (2023), Strategi Mengoptimalkan Kinerja Karyawan UMKM, Stindo Press Medan

Susilowati H dkk; (2022); Kinerja Bisnis UMKM Di Era Digital, Penerbit CV Eureka Media Aksara, Jawa Tengah

Puji Suci R dkk; (2019); Kinerja UMKM Berbasis Transglobal Leadership dan Quality of Work Life, CV Dream Litera Buana

Pamuji E; (2019); Media Cetak Vs Media Online; Penerbit UP Unitomo Press, Jawa Timur

Pagarra H dkk (2022); Media Pembelajaran, Badan penerbit UNM; Makasar

Tsauri S; 2014; Manajemen Kinerja (Performance Management) Penerbit; STAIN Jember Press; Jember

Vicenovie Oisina Situmeang I; ( 2020) Media Konvensional Dan Media Online; Penerbit Graha Ilmu (GI) Yogyakarta.