



Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara)

Halwa Millati¹⁾, Ali Sofwan²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara^{1,2)}
171120002002@unisnu.ac.id¹⁾, ali@yahoo.co.id²⁾

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of using accounting information, venture capital, and marketing strategies on business success (a case study on the Joint Business Group Program in Jepara District). This type of research uses quantitative research methods and uses primary data types by using a questionnaire given to active members of the Joint Business Group (KUBE) program in Jepara District. The total population in this study were 150 people. The sampling technique used purposive sampling, in order to obtain a total sample of 60 respondents through slovin calculations. The statistical analysis phase includes Descriptive Statistics, Validity Test, Reliability Test and Classical Assumption Test. The analysis method uses Multiple Linear Regression Analysis. Based on the results of the study indicate that the use of accounting information has a positive effect on business success, business capital does not have a positive effect on business success and marketing strategy variables do not have a positive effect on business success.

Keywords: *Business Success, Business Capital, Use of Accounting Information, Marketing Strategy*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha (Studi kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama Di Kecamatan Jepara). Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dan menggunakan jenis data primer dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada anggota aktif program Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kecamatan Jepara. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 150 orang. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 60 responden melalui perhitungan slovin. Tahap analisis statistiknya meliputi Statistik Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reabilitas dan Uji Asumsi Klasik. Metode analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, modal usaha tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha dan variabel strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Kata Kunci: *Keberhasilan Usaha, Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi, Strategi Pemasaran*

ISSN: -

DOI: -

Coresponding author:

Ali Sofwan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

ali@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu negara berkembang, dimana sebuah negara berkembang sangat fokus akan pembangunan dan perkembangan ekonomi kearah yang lebih baik. Salah satu yang membangun pertumbuhan ekonomi yaitu Usaha Mikro. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal (1) yang menyatakan bahwa: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. Kriteria usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih atau aset paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah). Usaha mikro merupakan suatu usaha produkif yang berdiri sendiri , yg dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Usaha Mikro mempunyai peranan yang sangat penting bagi perekonomian bangsa, seperti pertumbuhan ekonomi, pengurangan kemiskinan, demokratisasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, penguatan struktur ekonomi lokal, serta serangkaian sasaran-sasaran sosial dalam pembangunan nasional (Suarmawan, 2015).

Di era sekarang ini UMKM telah banyak tumbuh ditengah-tengah masyarakat. Salah satunya adalah program dari Kementerian Sosial yaitu program pengetasan kemiskinan dan pemberdayaan fakir miskin dalam bentuk Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Kelompok Usaha Bersama (KUBE) adalah kelompok usaha binaan Kementerian Sosial RI yang dibentuk dari beberapa keluarga binaan untuk melaksanakan Usaha Ekonomi Produktif (UEP) dan Usaha Kesejahteraan Sosial (UKS) dalam rangka kemandirian usaha, meningkatkan kesejahteraan sosial anggota memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya. Melalui pembentukan KUBE, Kementerian Sosial melihat penyandang masalah kemiskinan sebagai orang yang mengalami disfungsi sosial (*social disfunctions*). Oleh karena itu pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kelompok untuk mampu berperan dalam lingkungan sosialnya (Triputro, 2011). Namun secara umum wirausaha di Indonesia belum bisa berkembang dengan baik, karena banyak hambatan yang dihadapi. Hambatan-hambatan tersebut membuat pelaku usaha sulit mengembangkan usaha yang dijalankannya serta sulit untuk bisa bersaing.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor utama yang dapat mempengaruhi pelaku usaha untuk keberhasilan usahanya adalah kurangnya penggunaan informasi akuntansi. Christian & Rita (2016) meyatakan bahwa informasi akuntansi dapat menjadi dasar untuk pengambilan keputusan bisnis sehingga mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi pencapaian keberhasilan usaha, termasuk UKM. Penggunaan informasi akuntansi yang berupa informasi operasi, informasi manajemen, dan informasi akuntansi keuangan dapat digunakan oleh pelaku UMKM untuk membantu dalam perencanaan usaha, mengendalikan kegiatan usaha, pengambilan keputusan dalam pengelolaan usaha, serta untuk melakukan evaluasi, sehingga dengan melakukan hal tersebut dapat digunakan untuk menunjang keberhasilan suatu usaha.

Informasi yang terdapat didalam laporan keuangan tidak hanya berguna dalam hal pengukuran kinerja usaha saja, namun juga membantu dalam hal permodalan. Modal adalah salah satu komponen yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan suatu usaha. Bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar modal merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan jumlahnya. Modal yang terlalu besar dari apa yang dibutuhkan akan menambah beban pembiayaannya, terlebih lagi apabila modal tersebut bukan modal milik sendiri. Akan tetapi modal yang terlalu sedikit dari kebutuhannya juga akan mempersulit jalannya usaha yang akan dilakukan. Pada usaha mikro kecil sering kali belum menerapkan sistem pemisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga masalah besarnya modal ini menjadi penghambat keberhasilan suatu usaha.

Selanjutnya kendala lain yang dihadapi para pelaku usaha mikro kecil yaitu strategi pemasaran yang belum tepat. Akibatnya pelaku usaha kurang maksimal untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya agar bisa terus berkembang dan memperoleh laba sesuai dengan keinginannya. Usaha-usaha pemasaran adalah suatu sistem

keseluruhan dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial (Sara, 2014).

Keberhasilan suatu bisnis usaha tergantung pada ide, peluang dan pelaku bisnis. Pelaku bisnis harus mampu menciptakan ide – ide baru agar dapat memberikan nilai lebih (*value*) kepada konsumen. Selain itu pelaku bisnis juga harus mampu untuk melihat peluang bisnis yang berkembang. Suryana (2016) mengemukakan bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”. Yang dikatakan Erliah (2007) adalah “Suatu usaha dikatakan berhasil di dalam usahanya apabila setelah jangka waktu tertentu usaha tersebut mengalami peningkatan baik dalam permodalan, skala usaha, hasil atau laba, jenis usaha atau pengelolaan”.

Arlinto (2014) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha sendiri dapat ditandai dengan peningkatan jumlah penjualan, meningkatnya jumlah produksi, meningkatnya keuntungan atau laba serta usaha yang selalu berkembang. Usaha yang dikatakan berhasil yaitu usaha yang tetap berjalan meskipun pesaing semakin banyak. Maka dari itu, semakin banyaknya pesaing para pelaku usaha dituntut untuk tetap berkreasi agar usahanya tidak mengalami kerugian.

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh (Nurwani & Safitri, 2019) penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan Fitriah et al. (2020) penggunaan informasi akuntansi tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Penelitian terdahulu membuktikan bahwa pengaruh modal usaha terhadap keberhasilan usaha menunjukkan hasil yang berbeda – beda. penelitian dilakukan oleh Suastini et al. (2019) dan Fitriah et al. (2020) modal usaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha, sementara menurut penelitian yang dilakukan oleh Purwati, D., Gagah, E., & Patricia (2021) modal usaha tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Selain itu penelitian terdahulu membuktikan bahwa pengaruh strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha menunjukkan hasil yang berbeda – beda. penelitian yang dilakukan oleh Suastini et al. (2019), Purwati, D., Gagah, E., & Patricia (2021), strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha, dan menurut Merdekawati & Rosyanti (2020) pengaruh strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan dari hasil penelitian pada beberapa peneliti untuk variabel yang sama. Maka dari itu, penelitian seperti ini dibutuhkan untuk menjawab berbagai masalah yang berkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran khususnya pada program KUBE yang sedang digandrungi di Kecamatan Jepara. Pemilihan obyek program KUBE di Kecamatan Jepara karena peneliti ingin mengetahui seberapa tercapainya keberhasilan suatu usaha dalam mengelola suatu usahanya tersebut dan untuk mengetahui seberapa pentingnya penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran dalam mengembangkan UMKM tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Kasus pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara)”

TINJAUAN PUSTAKA

Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari suatu bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, karena laba merupakan tujuan dari seseorang melakukan suatu bisnis. Yang dimaksud keberhasilan usaha adalah suatu keadaan yang di dalamnya menggambarkan lebih baik dengan perbandingan sebelumnya (Daulay & Ramadini, 2013).

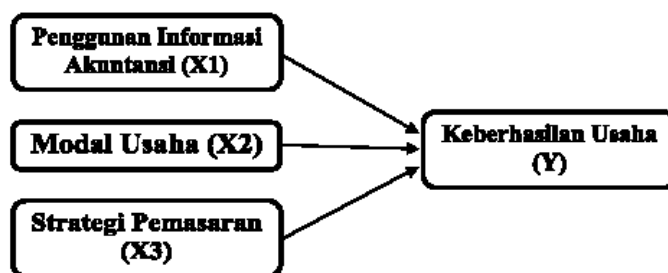
Menurut Wibowo & Kurniawati (2016) mendefinisikan Penggunaan informasi akuntansi adalah proses, cara pembuatan menggunakan dan pemakaian informasi akuntansi untuk

pengambilan usaha ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan diantara alternatif tindakan. Informasi akuntansi mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi pencapaian keberhasilan usaha, termasuk usaha kecil (Utomo, 2010). Hal ini didukung oleh penelitian Indriani (2010) yang mengungkapkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Seorang pengusaha akan dikatakan berhasil jika dalam menjalankan usahanya dilengkapi dengan pencatatan seperti mencatat bahan baku, hasil penjualan, jumlah produksi berpengaruh pada keberhasilan usaha.

Purwanti (2012) mengatakan bahwa arti modal yang lain modal meliputi baik modal dalam bentuk uang maupun dalam bentuk barang. Besar kecilnya modal tergantung dari besar kecilnya usaha yang akan didirikan. Para konsultan bisnis pada umumnya membagi pengertian modal termasuk modal usaha kecil terbagi menjadi dua yaitu modal *tangible* adalah modal yang berwujud secara nyata, baik dalam bentuk barang bergerak maupun barang tidak bergerak.

Modal *intangible* adalah modal usaha yang tidak berwujud nyata seperti ide-ide kreatif secara keseluruhan modal usaha terbagi menjadi empat bagian yaitu : (a) Modal investasi adalah sejenis modal usaha yang harus dikeluarkan yang biasanya dipakai dalam jangka panjang. Modal usaha untuk investasi nilainya cukup besar karena dipakai untuk jangka panjang, namun modal investasi akan menyusut dari tahun ketahun. Bahkan bisa dari bulan ke bulan. (b) Modal kerja adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membuat atau membeli barang dagangan. Modal kerja ini dapat dikeluarkan tiap bulan atau pada waktu-waktu tertentu. (c) Modal operasional adalah modal usaha yang harus dikeluarkan untuk membayar biaya operasional bulanan misalnya pembayaran gaji pegawai, listrik dan lainnya. (d) Modal Asing (pinjaman), adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman.

Menurut Assauri (2004), strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersifat kuantitatif. Sugiyono (2012) berpendapat bahwa data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Sumber data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang diperoleh dari hasil kuesioner yang disebar dan diisi oleh sebagian anggota aktif yang mengikuti program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara, kemudian dianalisis dengan program SPSS sehingga memperoleh data dan hasil yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang ada.

Variabel dependen disebut juga variabel terikat. Didefinisikan sebagai variabel yang dipengaruhi dan diprediksi terbentuk sebagai salah satu akibat dari pengaruh variabel bebas, dengan kata lain variabel terikat merupakan fungsi dari variabel bebasnya. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah: Keberhasilan Usaha = Y.

Variabel independen atau disebut dengan variabel bebas, yaitu variabel yang diprediksi terbentuk sebagai sebab timbulnya variabel terikat dan mempunyai pengaruh terhadap terbentuknya variabel terikat. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini meliputi : Penggunaan Informasi Akuntansi = (X1); Modal Usaha = (X2); Strategi Pemasaran = (X3).

Menurut Sugiyono (2009) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota aktif yang mengikuti program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara. Terdapat 15 KUBE yang aktif dan terbentuk pada tahun 2019, jumlah anggotanya masing-masing 10 orang yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, dan anggota. Sehingga dapat dikalkulasikan jumlah populasinya adalah 150 orang.

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian mengambil sampel pada KUBE yang memenuhi persyaratan untuk dijadikan sampel yaitu KUBE yang masih aktif yang terbentuk pada tahun 2019, kegiatan ekonomi KUBE masih berjalan, dan juga kegiatan organisasinya, serta jumlah anggota masih lengkap yang berjumlah 10 orang. Terdapat 15 KUBE yang aktif, sehingga jumlah sampelnya adalah 150 orang. Berdasarkan perhitungan maka sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 109,09 atau dibulatkan menjadi 110 responden dari 150 pengurus dan anggota KUBE yang ada di Kecamatan Jepara.

Sistem pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu suatu teknik menentukan sampel yang didasarkan atas dasar pertimbangan. Dengan pertimbangan responden sebagai sumber data primer yang dipandang dapat menjelaskan berbagai hal yang terkait dengan kegiatan dan manfaat KUBE.

Usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam metode penelitian yang akan digunakan adalah kuesioner. Setelah melakukan proses pengumpulan data, selanjutnya yang dibutuhkan yaitu melakukan pengolahan data, dimana data tersebut diperoleh dari hasil pengisian kuesioner yang disebarkan kepada anggota aktif program kelompok usaha bersama di kecamatan Jepara. Metode pengolahan data pada penelitian ini melalui tahapan *editing, scoring, coding, dan tabulating*.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Statistika deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Berikut ini statistik deskriptif dari masing-masing variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1. Statistik Deskriptif Penggunaan Informasi Akuntansi

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	110	3	5	4.31	.554
X1.2	110	2	5	3.89	.695
X1.3	110	2	5	3.93	.798
X1.4	110	3	5	4.04	.634
X1.5	110	2	5	3.77	.842
TOTAL_X1	110	13	24	19.94	2.332
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 110 data anggota KUBE di Kecamatan Jepara. Variabel dependen atau variabel terikatnya yaitu Penggunaan Informasi Akuntansi yang menunjukkan, nilai minimum sebesar 13, nilai maksimum

sebesar 24, nilai rata-rata (mean) 19,94 dan standar deviasi sebesar 2,332 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Modal Usaha

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	110	2	5	3.99	.981
X2.2	110	2	5	3.84	.883
X2.3	110	1	5	3.34	1.136
TOTAL_X2	110	6	15	11.16	2.379
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Output SPSS 20

Modal Usaha menunjukkan nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata (mean) sebesar 11,16 dan standar deviasi sebesar 2,379 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Strategi Pemasaran

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	110	2	5	3.65	.934
X3.2	110	2	5	3.81	.723
X3.3	110	2	5	3.84	.773
TOTAL_X3	110	7	15	11.29	1.809
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Output SPSS 20

Strategi Pemasaran menunjukkan nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata (mean) sebesar 11,29 dan standar deviasi sebesar 1,809. yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Keberhasilan Usaha

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y.1	110	2	5	4.19	.723
Y.2	110	2	5	3.97	.748
Y.3	110	2	5	3.78	.696
Y.4	110	1	5	3.66	.860
Y.5	110	1	5	3.98	.967
TOTAL_Y	110	12	25	19.59	2.521
Valid N (listwise)	110				

Sumber : Output SPSS 20

Keberhasilan Usaha menunjukkan nilai minimum sebesar 12, nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata (mean) sebesar 19,59 dan standar deviasi sebesar 2,521. yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Uji Validitas (Valid)

Pengujian menggunakan uji dua arah dengan taraf signifikansi 5%. Jumlah responden df (110 - 2 = 108) maka didapat r_{tabel} sebesar 0,1874. Uji validitas dari penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha memberikan hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Pengujian Validitas Indikator-indikator Penelitian

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1			
1	0,491	0,1874	Valid
2	0,777	0,1874	Valid
3	0,747	0,1874	Valid
4	0,603	0,1874	Valid
5	0,642	0,1874	Valid
X2			
1	0,775	0,1874	Valid
2	0,794	0,1874	Valid
3	0,808	0,1874	Valid
X3			
1	0,751	0,1874	Valid
2	0,779	0,1874	Valid
3	0,704	0,1874	Valid
Y			
1	0,537	0,1874	Valid
2	0,486	0,1874	Valid
3	0,723	0,1874	Valid
4	0,706	0,1874	Valid
5	0,682	0,1874	Valid

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa setiap indikator yang ada pada kuesioner memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} yaitu 0,1874. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas (Keandalan)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat derajat kepercayaan dari jawaban kuesioner. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tetap konsisten dari waktu ke waktu. uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (α). Variabel penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) lebih besar dari 0,60. Uji reliabilitas dari penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 6. Pengujian Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
X1	0,747	0,60	Reliabel
X2	0,760	0,60	Reliabel
X3	0,821	0,60	Reliabel
Y	0,797	0,60	Reliabel

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa diketahui variabel Penggunaan Informasi Akuntansi (X1) memiliki nilai *cronbach alpha* 0,747. Variabel Modal Usaha (X2) memiliki nilai *cronbach alpha* 0,760. Variabel Strategi Pemasaran (X3) memiliki nilai *cronbach alpha* 0,821. Variabel Keberhasilan Usaha (Y) memiliki nilai *cronbach alpha* 0,797.. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel yang ada dalam penelitian memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60 sehingga dinyatakan setiap variabel adalah reliabel.

Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 20*, dengan menggunakan analisis statistik non-parametrik Uji *Kolmogorof-Smirnov* (KS).

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

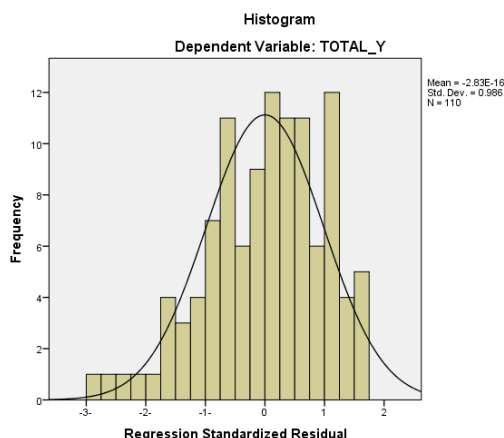
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.29709438
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.046
	Negative	-.074-
Kolmogorov-Smirnov Z		.771
Asymp. Sig. (2-tailed)		.591

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

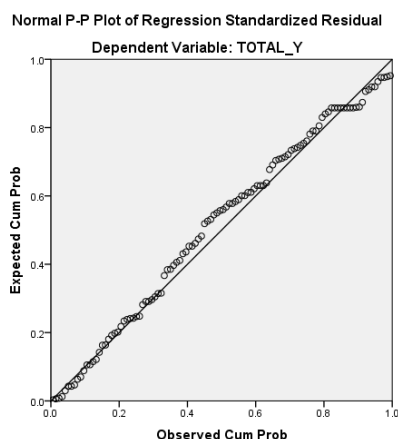
Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 7 diatas diperoleh hasil uji normalitas dengan nilai *Asymp.sig.* (2-tailed) sebesar 0,591. Karena nilai *Asymp.sig.* (2-tailed) > α (0,05) maka H_0 diterima yang berarti data dalam penelitian berdistribusi normal (uji asumsi normalitas terpenuhi).



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 2 grafik histogram terlihat bahwa distribusi membentuk lonceng. Hal ini secara subyektif penelitian dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.



Gambar 3. Grafik P-P Plot

Berdasarkan gambar 3 grafik probability plot terlihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik probability plot, hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan p-p plot, model regresi memenuhi asumsi klasik.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Asumsi dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut: (a) Jika $VIF > 10$ dan nilai $Tolerance < 0.10$ maka terjadi multikolinearitas. (b) Jika $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0.10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut :

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8.978	2.441		3.678	.000		
1 TOTAL_X1	.410	.098	.379	4.176	.000	.950	1.052
TOTAL_X2	.062	.100	.058	.619	.537	.886	1.129
TOTAL_X3	.155	.131	.111	1.182	.240	.882	1.133

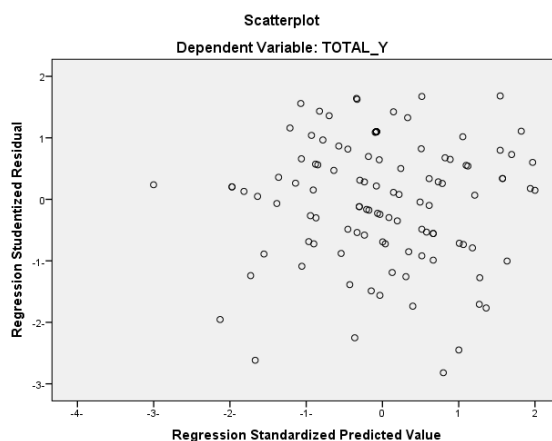
a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 8 diketahui bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini memperoleh nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Jika data menyebar dari sumbu x dan y dan tidak membentuk pola maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4 sebagai berikut :



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4 diketahui dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa data menyebar dari sumbu x dan y secara menyebar dan tidak membentuk pola. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengguna pada periode t dengan kesalahan pengguna pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dengan menggunakan uji *Run Test*. Adapun ketentuan dari *Run Test* yaitu :

- Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti terjadi secara tidak random (sistematis).
- Jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti terjadi secara random (acak).

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.34234
Cases < Test Value	55
Cases >= Test Value	55
Total Cases	110
Number of Runs	41
Z	-2.874-
Asymp. Sig. (2-tailed)	.004

a. Median

Sumber : Output SPSS 20

Hasil uji Run Test pada tabel diatas menunjukkan nilai signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,04 dan dapat disimpulkan bahwa pada uji penelitian ini terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, dari perhitungan SPSS diperoleh model persamaan regresi untuk pengaruh variabel independen yaitu Penggunaan Informasi Akuntansi (X1), Modal Usaha (X2), dan Strategi Pemasaran (X3) terhadap variabel dependen yaitu Keberhasilan Usaha pada Program Kelompok Usaha Bersama di Kecamatan Jepara sebagai berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.978	2.441		3.678	.000
1 TOTAL_X1	.410	.098	.379	4.176	.000
TOTAL_X2	.062	.100	.058	.619	.537
TOTAL_X3	.155	.131	.111	1.182	.240

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output SPSS 20

Hasil analisis regresi berganda pada tabel 10 di atas diperoleh konstanta (a) sebesar 8,978, koefisien regresi untuk variabel Penggunaan Informasi Akuntansi (b1) sebesar 0,410, koefisien regresi untuk variabel Modal Usaha (b2) sebesar 0,062, dan koefisien regresi untuk variabel Strategi Pemasaran (b3) sebesar 0,155. Sehingga model pertama regresi sebagai berikut :

Persamaan regresi linear berganda di atas dapat diartikan bahwa :

1. Konstanta sebesar 8,978 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan (bernilai 0), maka rata – rata kualitas laporan keuangan sebesar 8,978.
2. Koefisien regresi Penggunaan Informasi Akuntansi sebesar 0,410. Hal ini menunjukkan bahwa jika penggunaan informasi akuntansi mengalami kenaikan sebesar satu kali, maka Keberhasilan Usaha mengalami kenaikan sebesar 0,410. Dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien regresi Modal Usaha sebesar 0,062. Hal ini menunjukkan bahwa jika modal usaha mengalami kenaikan sebesar satu kali, maka Keberhasilan Usaha mengalami kenaikan sebesar 0,062. Dengan asumsi variabel lainnya tetap.
4. Koefisien regresi Strategi Pemasaran sebesar 0,155. Hal ini menunjukkan bahwa jika strategi pemasaran mengalami kenaikan sebesar satu kali, maka Keberhasilan Usaha mengalami kenaikan sebesar 0,115. Dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien atau R squared (R²). Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 10 sebagai berikut:

Tabel 11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 ^a	.170	.146	2.329

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R²) adalah sebesar 0,146. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah tinggi. Nilai adjusted R square sebesar 0,146, yang mengandung arti bahwa 14,6% variasi besarnya Keberhasilan Usaha bisa dijelaskan variasi Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran. Sedangkan sisanya 85,4% lainnya disajikan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji F (Simultan)

Uji F berfungsi untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dijadikan riset mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig < 0,05 maka model regresi layak digunakan untuk penelitian. Berikut hasil perhitungan uji kelayakan model (Uji F) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil Uji Signifikansi Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.437	3	39.146	7.214	.000 ^b
	Residual	575.154	106	5.426		
	Total	692.591	109			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X1, TOTAL_X2

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 7,214 mempunyai nilai probabilitas (sig) 0,000. Nilai probabilitas (sig) ini lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,05$), hal ini berarti bahwa model penelitian ini adalah fit atau terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Keberhasilan Usaha.

Uji t (Parsial)

Koefisien regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji signifikansi koefisien regresi digunakan t-hitung, apabila probabilitas kesalahan dari t-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu (signifikan 5%), maka variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil regresi linier berganda yaitu uji parsial (t-hitung) :

Tabel 13. Hasil Uji Signifikansi Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	8.978	2.441		3.678	.000
	TOTAL_X1	.410	.098	.379	4.176	.000
	TOTAL_X2	.062	.100	.058	.619	.537
	TOTAL_X3	.155	.131	.111	1.182	.240

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Output SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan:

1. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi (X1) terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Penggunaan Informasi Akuntansi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,176 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu H_1 diterima sehingga Penggunaan Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

2. Pengaruh Modal Usaha (X2) terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Modal Usaha memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,619 dengan nilai signifikansi $0,537 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu H_2 ditolak sehingga Modal Usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

3. Pengaruh Strategi Pemasaran (X3) terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,182 dengan nilai signifikansi $0,240 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu H_3 ditolak sehingga Strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberhasilan Usaha.

PEMBAHASAN

Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama melalui hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Penggunaan Informasi Akuntansi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,176 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan memiliki penggunaan informasi akuntansi ini akan berdampak positif terhadap keberhasilan suatu usaha. Suatu usaha akan berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan.

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden tentang penggunaan informasi akuntansi adalah tinggi yaitu sebesar 19,94 dengan standar deviasi 2,332 dengan demikian responden bersepakat penggunaan informasi akuntansi merupakan suatu hal yang positif, dimana dengan adanya penggunaan informasi akuntansi yang kompeten maka dapat meningkatkan keberhasilan suatu usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Arlinto (2014), Christian & Rita (2016), Hanum (2013), dan Wibowo & Kurniawati (2016) menyimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama melalui hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Penggunaan Informasi Modal Usaha memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,619 dengan nilai signifikansi $0,537 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa modal usaha ini tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan suatu usaha. Pada kenyataannya usaha mikro kecil sering kali belum menerapkan sistem pemisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga masalah besarnya modal ini menjadi penghambat keberhasilan suatu usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ardiansyah Putra Hrp (2020) dan Purwati, D., Gagah, E., & Patricia (2021) menyimpulkan bahwa modal usaha tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama melalui hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,182 dengan nilai signifikansi $0,240 < 0,05$. Artinya nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran ini tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan suatu usaha.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Merdekawati & Rosyanti (2020) menyatakan bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan pada program Kelompok Usaha Bersama.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, dan strategi pemasaran terhadap keberhasilan usaha. Berdasarkan hasil dari analisis regresi linier berganda menggunakan pengolahan data *SPSS 20* dapat disimpulkan sebagai berikut : Penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa dengan penggunaan informasi akuntansi yang baik dan akurat maka akan berdampak positif terhadap keberhasilan suatu usaha; Modal usaha tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini membuktikan bahwa pengelolaan modal usaha dalam KUBE ini kurang diperhatikan dan berdampak negatif terhadap keberhasilan suatu usaha. Pada kenyataannya usaha mikro kecil sering kali belum menerapkan sistem pemisah antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga masalah besarnya modal ini menjadi penghambat keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, untuk kedepannya para pelaku usaha lebih memperhatikan pengelolaan modal usaha yang baik dan benar untuk menopang keberhasilan usaha; Strategi pemasaran tidak berpengaruh positif terhadap keberhasilan usaha.. Hasil penelitian ini ditunjukkan karena kurangnya kepekaan para pelaku usaha terhadap pentingnya strategi pemasaran. Hal ini mengandung implikasi bahwa dalam kedepannya para pelaku usaha menjalankan strategi pemasaran yang sederhana seperti *door to door* dan dari mulut ke mulut.

Berdasarkan adanya keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu : Untuk penelitian selanjutnya disarankan bagi peneliti untuk melakukan penelitian yang lebih luas wilayahnya dan selalu mengasah kemampuannya dalam berwirausaha dengan memanfaatkan pengalaman serta pengetahuan yang didapat sehingga dapat menunjang keberhasilan dalam menjalankan suatu usaha; Bagi penelitian berikutnya penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengadakan penelitian lanjutan yang lebih komprehensif dan menambah variabel-variabel lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ali Sofwan, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan kami selama proses penyusunan artikel ini. Terima kasih kepada masing-masing penulis yang berkontribusi dengan memberikan ide-ide terbaiknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhansyah Putra Hrp, D. S. (2020). Analisis Faktor Keberhasilan Program Kelompok Usaha Bersama : Studi Kasus Di Desa Patumbak. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS*, 6(2), 158–164. <https://doi.org/10.31289/jab.v6i2.3574>
- Arlinto, T. (2014). Pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan UMKM (Studi kasus pada industri konveksi desa Padurenan kecamatan Gebog kabupaten Kudus). *Journal USKW*, 2014.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo.
- Christian, A. B. G., & Rita, M. R. (2016). Peran Penggunaan Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Menunjang Keberhasilan Usaha Role Of The Use Of Accounting Information In Decision Making To Support Business Success. *Jurnal EBBANK*, Vol 7 No.2.
- Daulay, R. W., & Ramadini, F. (2013). Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Foto Copy Dan Alat Tulis Kantor Di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailang Natal. *Media Informasi Manajemen*, 01.

- Erliah. (2007). *Pengaruh Persaingan, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keberhasilan Usaha para Pengerajin Batik Desa Trusmi Kulon Kecamatan Plared Kabupaten Cirebon*. Skripsi UPI tidak dipublikasikan.
- Fitriah, Murjana, I. M., & Suardana, I. M. (2020). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Lama Usaha, dan Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (ALIANSI)*, 5(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Universitas Diponegoro.
- Hanum, Z. (2013). Pengaruh Persepsi Pengusaha Kecil atas Informasi Akuntansi Keuangan terhadap Keberhasilan Perusahaan (Survei Pada Usaha-Usaha Kecil Di Kota Medan). *Accounting Jurnal*, 5.
- Indriani, N. (2010). *Pengaruh Karakteristik Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha pada Hotel-Hotel Berbintang Di Wilayah Surakarta dan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)*. Universitas Gajah Mada.
- Merdekawati, E., & Rosyanti, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Bogor). *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 5(2). <https://doi.org/10.34204/jiafe.v5i2.1640>
- Nurwani, N., & Safitri, A. (2019). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi pada Sentra Dodol di Kec. Tanjung Pura). *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(1), 37–52. <https://doi.org/10.30596/liabilities.v2i1.3332>
- Purwanti, E. (2012). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Umkm Di Desa Dayaan Dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(9).
- Purwati, D., Gagah, E., & Patricia, D. (2021). Pengaruh Kemampuan Usaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberhasilan Usaha dengan Perkembangan Usaha Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) di Kawasan Desa Kedewan Kabupaten Bojonegoro). *Journal of Management*.
- Sara, N. O. (2014). Analisis Usaha-Usaha Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Usaha Kecil Menengah. *Jom FISIP*, 1, 1–12.
- Suarmawan, K. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil (Studi Pada Usaha Kerajinan Ingka Di Desa Bulian, Kec. Kubutambahan). *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJPE)*, 5(1).
- Suastini, K. E., Dewi, P. E., & Yasa, I. N. (2019). Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia dan Ukuran Usaha Terhadap Pemahaman UMKM dalam Menyusun Laporan Keuangan Berdasarkan SAK EMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kecamatan Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(3).
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Suryana. (2016). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tripuro, E. H. (2011). *Penanggulangan Kemiskinan Di Indonesia melalui Program Kelompok Usaha Bersama (KUBE)*.
- Utomo, W. . (2010). Pengaruh persepsi dan penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan pengusaha tanaman hias di Surabaya. *Skripsi.Universitas Pembangunan Nasional (UPN). Jawa Timur*.
- Wibowo, A., & Kurniawati, E. P. (2016). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Sentra Konveksi di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 18(2)*. <https://doi.org/10.24914/jeb.v18i2.269>