e-ISSN 2798-8961

Hita Akuntansi dan Keuangan
Universitas Hindu Indonesia
Edisi Oktober 2024

Pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan Dan *Digital Marketing* Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Denpasar

Ni Kadek Asri Pramesti (1)
Ni Made Wisni Arie Pramuki (2)
Ni Putu Yeni Yuliantari (3)
(1)(2)(3)Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata,Universitas Hindu Indonesia, Tembau Jalan Sanggalangit, Penatih, Kec. Denpasar Timur, KotaDenpasar, Bali
email: asripramesti4@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research to empirically analyze the impact of entrepreneurial, education finansial and digital marketing to sustainability of micro, small and medium-sized enterpreses MSMEs to Denpasar City. Indetermining the sample, the researchers Slovin formula of 100 respondents using probability sampling using stratified random samplings. PLS-based structural equation models analyze data. The dinding d of The study enterprise capital variables have a positive but non impact on business sustainability, while financial edication dand digital marketing variables significant positive impact on enterprise sustainability.

Keywords: Business Capital, Financial Literacy, Digital Marketing, MSME Sustainability

PENDAHULUAN

UU No. 20 Tahun 2008 UMKM didefenisikan sebagai mengelola bisnis dagang secara individu adalah bentuk dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa. yang memnuhi ketetapan pada Undang-Undang. Karena Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan sumbangan sebanyak 60,51% kepada Produk Domestik Bruto (PDB) serta menerima hampir 96,92% dari jumlah pekerja di Indonesia. Eskalasi UMKM di Bali meningkat sebesar 6,4% dari tahun 2021 hingga 2022. Secara umum, permasalahan UMKM di Provinsi Bali tepatnya di Kota Denpasar, yakni dari sisi permodalan, pemahaman keuangan, teknologi, dan pemasaran/promosi sangat berpengaruh pada keberlanjutanUMKM itu sendiri (antaranews.com).

Keberlanjutan merupakan sebuah usaha yang harus tetap beroperasi dalam kondisi pasar dengan biaya keuangan semakin tinggi namun berbanding terbalik dengan permintaan pasar (Puteri & Nugrayanti 2022). Dari papaparan diatas dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan diartikan sebagai usaha yang dijalankan tetap beroperasi atau terus berkembang untuk jangka panjang. Keberlanjutan usahatidak lepas dari modal usaha, literasi keuangan dan digital marketing, terkhusus pada keberlanjutkan bidang ekonomi.

Selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, demokratisasi ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja, UMKMdianggap memiliki kemampuan untuk mendorong sektor lain untuk menuju kemajuan dalam suatu perekonomian.

Modal usaha merupakan suatu yang penting, keterbatasan modal usaha merupakan hambatan dihadapi oleh UMKM saat mereka ingin memperluas bisnisnya. Lestari (2020) dan Solikha (2022) menemukan bahwa modal usaha memiliki pengaruh yang kuat terhadap keberlanjutan UMKM. Namun penelitian berbeda ditemukan oleh Dewi & Herawati (2023) Modal tidak memengaruhi kelangsungan bisnis.

Selain variabel modal, literasi keuangan sangat penting untuk menentukan keberhasilan dan keberlanjutan ekonomi, salah satunya seperti UMKM (Ratnasari, 2020). menemukan literasi keuangan memiliki dampak penting pada keberlanjutan UMKM.

Dengan kemajuan pesat ilmu pengetahuan serta teknologi pada saat iniyang canggih juga mempengaruhi cara setiap individu dalam melakukan transaksi jual beli salah satunya melalui digital marketing. Namun pada fakta yang terjadidi lapangan adalah pelaku usaha tidak serta mengikuti kemajuan digital, terutama karena mereka tidak memiliki pengetahuan yang cukup. Mufidah et al (2023) menemukan *Digital marketing* memberikan dampak positif terhadap kelangsungan Usaha Mikro, Kecil, serta Menengah. Dari kasus serta masalah tersebut, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan Dan *Digital Marketing* Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Denpasar".**

KAJIAN PUSTAKA

Teori RBV dipelopori pertama kali oleh Wernerfelt (1984) mengemukakan pendapat bahwa sumber daya dan kemampuan usaha sangat penting bagi kinerjanya dan kemampuan daya saingnya. Asumsi dari teori RBV tersebut adalahbagaimana suatu usaha dapat bersaing dengan usaha lain, dengan mengelola sumber daya yang dimiliki bersangkutan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Sumber daya internal perusahaan, baik yang materiil maupun yang tidak materiil,merupakan nilai serta potensi yang mendukung operasional bisnis. Sehingga harusmemiliki modal yang cukup untuk mencapai pertumbuhan kinerja berkelanjutan. Hasil dari penelitian Azzahra, dkk (2021) menyatakan terdapat antara investasi bisnis dan kelangsungan bisnis yang artinya

kelangsungan UMKM meningkat seiring dengan peningkatan modal usaha. Maka hipotesis dinyatakan:

H1 : Modal Usaha berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM

Suatu usaha dapat mencapai suatu keunggulan kompetitif berkelanjutan apabila memperoleh sumber daya yang bernilai, salah satunya literasi keuangan, yang merupakan aset tidak berwujud. Dengan pengetahuan keuangan yang baik, pelaku usaha dapat membuat keputusan yang tepat dengan menggunakan kemampuan di bidang keuangannya. Hasil penelitian Dewi & Herawati (2023) menyatakan literasi keuangan memiliki dampak positif signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Maka hipotesis dinyatakan:

H2 : Literasi keuangan memberikan dampak yang menguntungkan bagi kelangsungan UMKM

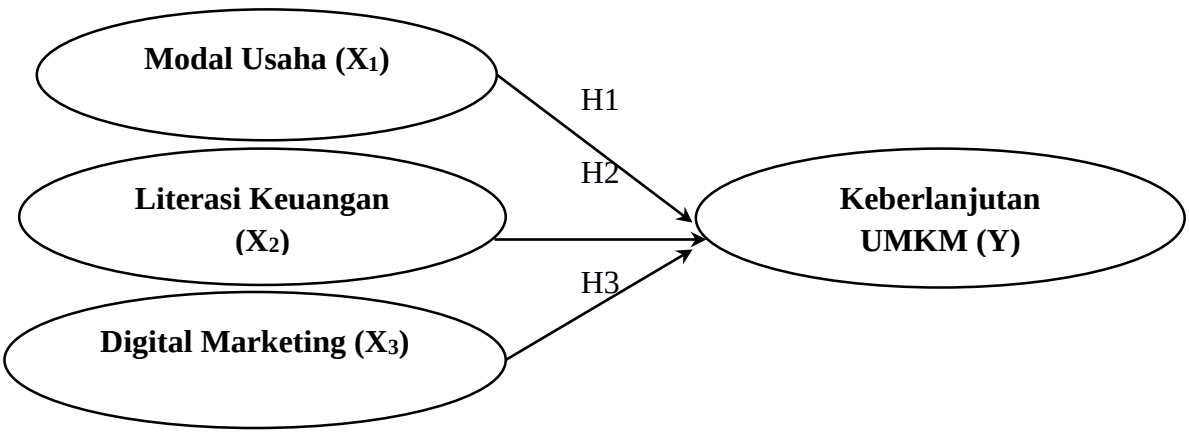
Digital marketing merupakan kegiatan promosi melalui media digital, seperti jejaring sosial media (Sari, dkk 2021). Febriyantoro et al berpendapatbahwa *digital marketing* memungkinkan UMKM berinteraksi dan menambah kesadaran. Hasil penelitian Mufidah, dkk (2023) menunjukkan *Digital marketing* memiliki dampak yang positif serta penting pada s*ustainability* UMKM. Makahipotesis dinyatakan:

H3 : *Digital Marketing* mempunyai dampak positif pada keberlanjutan UMKM.

METODE PENELITIAN

Gambar 1.

Desain Penelitian



Sumber: hasil pemikiran peneliti (2023)

Variabel (X) adalah faktor yang membawa dampak perubahan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel independennya ialah modal usaha, literasi keuangan dan *digital marketing*. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keberlangsungan UMKM. Partisipan dalam penelitian antara lain seluruh UMKM di Denpasar yang berjumlah 100 sampel. Metode pengambilan sampel penelitian ini yakni probability sampling dengan menggunakan stratifikasi secara acak.

HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN

Tabel 1 Statistik Deskriptif dan Karakteristik Responden

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	1,67	5,00	3,6483	,71731
X2	100	3,17	5,00	4,2966	,47020
X3	100	2,00	5,00	4,0168	,70245
Y	100	1,50	5,00	4,0435	,61054
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah penulis (2024)

Formula interval kelas

Nilai maksimun = 5

Nilai minimum = 1

Rentang 5-1 =4

C (Interval Kelas) = Rentang : Jumlah Kelas

= 4 : 5

= 0,8

Dari rentang nilai kelas ditetapkan kategori penilaian yakni :

1,00 - 1,80 = Sangat rendah

1,81 - 2,60 = Rendah

2,61- 3,40 = Cukup

3,41 - 4,20 = Tinggi

4,21 - 5,00 = Sangat tinggi.

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	56,0	56,0	56,0
	Perempuan	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah 35 Tahun	51	51,0	51,0	51,0
	35-45 Tahun	24	24,0	24,0	75,0
	46-55 Tahun	17	17,0	17,0	92,0
	Diatas 55 Tahun	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	35	35,0	35,0	35,0
	Diploma	12	12,0	12,0	47,0
	Sarjana	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lama Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5 Tahun	18	18,0	18,0	18,0
	5-10 Tahun	19	19,0	19,0	37,0
	Diatas 10 Tahun	63	63,0	63,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Omset					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dibawah 167 Juta	39	39,0	39,0	39,0
	167 juta - 1.25 Milyar	31	31,0	31,0	70,0
	1,25 Milyar - 4.167 Milyar	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sektor Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perdagangan	42	42,0	42,0	42,0
	Jasa	12	12,0	12,0	54,0
	Non Pertanian	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabel 2 Uji *Discriminant Validity*

Variabel	AVE	√AVE	Modal Usaha (X1)	Literasi Keuangan (X2)	Digital Marketing (X3)
Modal Usaha (X1)	1,000	1,000			
Literasi Keuangan (X2)	0,541	0,735	0,150		
Digital Marketing (X3)	0,551	0,742	0,156	0,511	
Keberlanjutan UMKM (Y)	0,716	0,846	0,203	0,614	0,469

Sumber : Lampiran 4

Tabel 3 *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Modal Usaha (X1)	1,000	1,000
Literasi Keuangan (X2)	0,829	0,874
Digital Marketing (X3)	0,814	0,859
Keberlanjutan UMKM (Y)	0,901	0,926

Sumber: Lampiran 4

Tabel 3 memperlihatkan bahwa nilai *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* untuk setiap konstruk telah memperlihatkan kuantitas diatas 0,60, maka dari itu memenuhi persyaratan reliabilitas berlandaskan kapabilitas *composite reliability*.

Tabel 4 Evaluasi Model Struktural Melalui R-Square (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
Keberlanjutan UMKM	0,419	0,401

Sumber : Lampiran 5

Tabel 4 menunjukkan nilai R square keberlanjutan UMKM 0,401, hal ini menunjukkan modal usaha, literasi keuangan, dan *digital marketing* memiliki pengaruh yang moderat terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 0,401.

Tabel 5 Evaluasi Model Struktural Inner Melalui f-Square

Variabel	Keberlanjutan UMKM
Modal Usaha (X1)	0,016
Literasi Keuangan (X2)	0,312
Digital Marketing (X3)	0,050

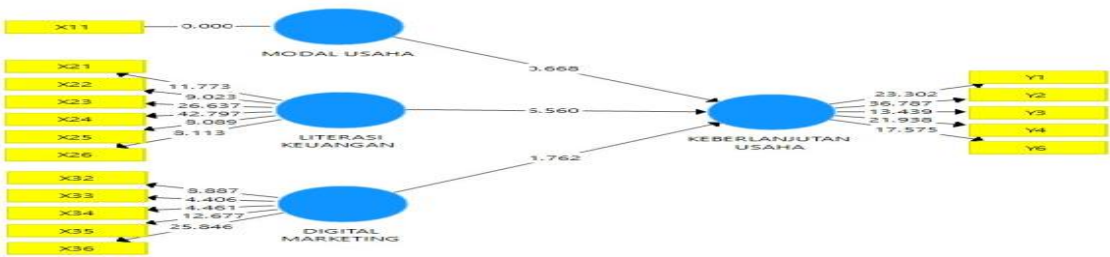
Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan modal usaha dan *digital marketing* memiliki pengaruh yang lemah yaitu masing-masing sebesar 0,016 dan 0,050 terhadap keberlanjutan UMKM. Sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang moderat cenderung kuat terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 0,312.

Tabel 6 *Path* Analisis dan Pengujian Hipotesis, yang diharapkan adalah Ho ditolak atau nilai sig < 0,05.

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values	Keterangan hipotesis
Modal Usaha -> Keberlanjutan Usaha	0,097	0,668	0,252	Ditolak
Literasi Keuangan -> Keberlanjutan Usaha	0,497	6,560	0,000	Diterima
Digital Marketing -> Keberlanjutan Usaha	0,200	1,762	0,039	Diterima

Sumber : Lampiran 5



Gambar 6.1 Bootstraping

Tabel 6 menunjukkan bahwa:

1. Pengaruh positif dari modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 0,097 tidak signifikan, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini tidak dapat disokong.

2. Literasi keuangan memiliki dampak positif signifikan sebesar 0,497 terhadap kelangsungan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menegaskan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti benar.
3. *Digital marketing* memiliki dampak positif sebesar 0,200 terhadap kelangsungan UMKM dan hubungan ini signifikan, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini benar.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Denpasar

Hasil pengujian diperoleh bahwa modal usaha memiliki dampak positif tidak signifikan terhadap kelangsungan UMKM di Kota Denpasar, maka hipotesis pertama (H1) tidak terbukti. Hasil ini didukung dari penelitian Dewi & Herawati (2023) yang menyatakan bahwa modal usaha yang digunakan oleh para pelaku usaha belum mampu secara optimal berdampak terhadap keberlanjutan usahanya. Pelaku UMKM lebih cenderung menggunakan uang yang mereka tabung sendiri sebagai modal usaha, daripada melakukan pinjaman kepada pihak bank maupun Lembaga keuangan lainnya, hal inilah diduga menjadi salah satu penyebab tidak nyatanya pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan usaha.

Selain itu, dugaan modal usaha memiliki pengaruh positif tidak signifikan ialah pelaku usaha cenderung memiliki pemikiran yang apatis, dimana mereka berpandangan bahwa modal usaha hanyalah sebatas yang berhubungan dengan uang, padahal modal usaha dapat juga tercipta dari lokasi usaha yang strategis, lingkungan yang nyaman saat konsumen berbelanja serta pengetahuan dan keahlian-keahlian pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya masih belum diperhitungkan.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Denpasar

Hasil pengujian menunjukkan literasi keuangan berdampak positif secara signifikan terhadap kelangsungan UMKM di Kota Denpasar, sehingga hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dapat disetujui. Temuan ini sejalan dengan studi oleh Trisnadewi & Dewi (2023) dan Dewi & Herawati (2023) menegaskan literasi keuangan memiliki dampak positif signifikan terhadap kelangsungan usaha.

Pengaruh positif signifikan literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha menunjukkan semakin meningkat literasi keuangan yang dimiliki oleh pelaku usaha akan

mendukung keberlanjutan usaha yang ada. Implikasi hasil penelitian ini mendukung *Resource Based View Theory* (RBV) dimana literasi keuangan merupakan pemahaman yang komprehensif tentang perencanaan, mengelola keuangan, teknologi informasi keuangan, investasi serta manajemen risiko dapat membantu pengusaha dalam merancang strategi bisnis dan mengurangi risiko, sehingga mendukung kelangsungan usaha di masa depan.

Pengaruh *Digital Marketing* terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Denpasar

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh bahwa *digital marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Denpasar, maka hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil ini relevan dengan penelitian dari Mufidah dkk (2023) bahwa *digital marketing* memiliki dampak positif signifikan terhadap sustainability UMKM.

Pengaruh yang positif signifikan digital marketing terhadap keberlanjutan usaha menunjukkan bahwa pemasaran yang berbasis digital mampu meningkatkan keberlanjutan usaha. Implikasi hasil penelitian ini mendukung *Resource Based View Theory* (RBV) dimana pemanfaatan media sosial tentunya akan memudahkan UMKM untuk melakukan pengenalan produk dan penjualan produk tanpa terhalang oleh jarak dan waktu. Intensitas pemasaran melalui media online dapat menjadi lebih masif dan menjangkau lebih banyak konsumen. Hal ini artinya berpotensi meningkatkan penjualan dan pelanggan. Melalui pemasaran digital, pemilik usaha juga dapat membangun brand image yang baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan UMKM di Kota Denpasar dipengaruhi oleh literasi keuangan dan *digital marketing*. Temuan lain dalam penelitian ini yakni modal usaha memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keberlanjutan usaha, pelaku usaha belum mampu secara optimal berdampak terhadap keberlanjutan usahanya. Selanjutnya, literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha, semakin meningkatnya pemahaman pelaku usaha akan literasi keuangan akan mendukung keberlanjutan usaha. *Digital marketing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keberlanjutan usaha, pemasaran yang berbasis digital mampu meningkatkan keberlanjutan usaha.

Peran pemerintah pemberian kredit dengan bunga rendah, pengurusan ijin yang tidak rumit, memberikan kemudahan akses perbankan serta menyelenggarakan pelatihan terkait pengelolaan usaha akan sangat membantu pelaku usaha. Bagi pelaku usaha, diharapkan lebih dapat memahami bahwa modal usaha tidak hanya sebatas uang melainkan relasi kemitraan, serta pelayanan yang baik ke konsumen juga perlu diperhatikan. Dari sisi literasi keuangan, pelaku usaha harus selalu meningkatkan pengetahuannya dalam pengelolaan keuangan usaha dan risiko-risikonya. Serta dari sisi *digital marketing*, pelaku usaha mampu memanfaatkan media social dengan bijak sebagai media promosi akan produk yang dijualnya. Dan diharapkan penelitian selanjutnya menembah area penelitian yang lebih luas dan menambahkan variabel lain yang berdampak terhadap keberlanjutan UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Ari, Susanti, E. (2019). *Literasi keuangan pemilik usaha dan keberlanjutan bisnis pada UMKM Rotan Desa Trangsan, Jawa Tengah.* Buletin Bisnis Dan Manajemen.

Lestari, G. A. T. I., & Dewi, R. S. (2021). *Pemetaan strategi pengelolaan keuangan dan keberlanjutan usaha kerajinan genteng Pejaten selama pandemi Covid-19: Kasus studi di UD. Surya Indah, Desa Pejaten, Tabanan.Jurnal Akuntansi Profesi*, *12*(2), 318-330.

Mufidah, N. H., & Isfaatun, E. (2023, August). *Faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan UMKM melalui literasi keuangan, modal usaha, dukungan pemerintah, dan pemasaran digital.*In Prosiding Seminar SeNTIK (Vol. 7, No. 1, pp. 323-333).

Solikha, A. M. (2022). *Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha,Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Malang.*

Trisnadewi, N. K. (2022). *Dampak pemahaman akuntansi, literasi keuangan,modal usaha, kreativitas, dan penggunaan media sosial padakelangsungan UMKM di Kecamatan Negara.*

Widowati. (2020). *Dampak sifat-sifat wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran, dan inovasi terhadap pertumbuhan UMKM.*