

Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Promosi terhadap Keberhasilan UMKM di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Buleleng

Ni Ketut Ari Rahayuni¹, I Gusti Ayu Purnamawati²



^{1,2}Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

*Corresponding author: arirahayuni21@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi dan promosi terhadap keberhasilan UMKM di Kecamatan Buleleng. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng sebanyak 565 UMKM, dengan jumlah responden sebanyak 234. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yakni berdasarkan kriteria tertentu. Jenis data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dengan menyebarkan kuesioner secara online dan offline kepada responden yaitu pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng. Pengukuran data menggunakan skala *likert*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, serta uji hipotesis yang menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 24.0. Adapun hasil penelitian ini adalah secara parsial, variabel karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi dan promosi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di Kecamatan Buleleng

Keywords: Karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi, promosi, keberhasilan UMKM.

Abstract

The purpose of this study was to determine how the influence of entrepreneurial characteristics, the use of accounting information and promotion on the success of UMKM in Buleleng District. This study uses a quantitative approach. The population in this study were all UMKM people in Buleleng District as many as 565 UMKM, with a total of 234 respondents. The sampling technique in this study used purposive sampling based on certain criteria. Types of primary data, namely data obtained directly by distributing online and offline questionnaires to respondents, namely UMKM people in Buleleng District. Measurement of data using a Likert scale. Data analysis in this study used descriptive statistical tests, data quality tests consisting of validity and reliability tests, and hypothesis testing using multiple linear regression analysis using the SPSS version 24.0 program. The results of this study are partially, entrepreneurial characteristics variables, the use of accounting information and promotions have an effect on the success of UMKM in Buleleng District

Keywords: Characteristics Of Entrepreneurs, Use Of Accounting Information, Promotion, Umkm Succes

Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk di Indonesia yang akan datang tentunya pasti akan melonjak naik dan semakin meningkat setiap harinya oleh karena itu permasalahan-permasalahan baru pun akan mulai muncul dan tentunya akan berdampak pada perekonomian rakyatnya. Dengan

Publisher: Undiksha Press

Licensed: This work is licensed under

a Creative Commons Attribution 3.0 License



banyaknya jumlah penduduk saat ini, mengharuskan seorang individu harus bisa memulai suatu usaha atau bekerja pada sektor usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya di masa mendatang (Sarwo, 2020).

Memasuki akhir tahun 2019, masyarakat dunia termasuk Indonesia juga dikejutkan dengan adanya fenomena baru yakni Coronavirus Disease 2019 (Covid-19). Hingga saat ini, Covid-19 masih menjadi masalah utama di seluruh dunia. Salah satu sektor yang terdampak akibat dari adanya pandemi covid-19 ini adalah sektor UMKM. Di Indonesia UMKM merupakan tulang punggung ekonomi nasional sekaligus ujung tombak perputaran ekonomi dalam negeri. Hal ini dikarenakan dalam pengelolaannya yang tidak sulit dan juga mudah untuk dilakukan oleh pihak manapun serta tidak membutuhkan biaya yang besar (Safitri, 2018).

UMKM mempunyai peranan yang penting bagi perekonomian bangsa yakni mampu memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan (pengangguran) bahkan pula dapat membuka peluang untuk para ibu rumah tangga ikut serta dalam usaha kecil dan menengah ini sebagai tambahan ilmu bagi mereka dan dapat menambah penghasilan untuk membantu perekonomian mereka. Di Indonesia UMKM memiliki kontribusi maupun peranan yang cukup besar yang merupakan jaring pengaman terutama bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah untuk menjalani kegiatan ekonomi produktif.

Provinsi Bali merupakan salah satu daerah yang memiliki peran penting dalam menumbuhkan pariwisata dan usaha-usaha kecil seperti UMKM. Kontribusi sektor UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Bali sangat besar (Balitbang, 2020). Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Provinsi Bali, Drh. I Wayan Mardiana, MM mengatakan bahwa pengusaha UMKM memiliki peluang yang bagus. Hingga saat ini jumlah UMKM yang tercatat sebanyak 327.310 dengan presentase pertumbuhan 4 persen di tahun 2019 yang tersebar di Sembilan kabupaten/ kota (jarakpos.com).

Mengkhusus terhadap UMKM di Kecamatan Buleleng, Badan Penelitian, Pengembangan, dan Inovasi Daerah Kabupaten Buleleng menyatakan bahwa sebagian besar UMKM di Kabupaten Buleleng terkena dampak secara langsung maupun tidak langsung, mulai dari produktivitas UMKM, penurunan penjualan, penurunan laba, penurunan karyawan, dan kesulitan permodalan. Secara khusus, Kecamatan Buleleng sebagai daerah di Kabupaten Buleleng yang memiliki jumlah UMKM terbanyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya juga memiliki permasalahan yang sama terkait dengan keberhasilan usaha selama pandemi Covid-19. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan jumlah IUMK per Kecamatan Tahun 2018-2020. Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilihat bahwa Kecamatan Buleleng merupakan kecamatan dengan jumlah UMKM tertinggi dibandingkan dengan Kecamatan lainnya, namun dari tahun 2018 -2020 jumlah IUMK Kecamatan Buleleng terus mengalami penurunan secara signifikan.

Dampak yang signifikanpun terjadi terhadap perekonomian Indonesia ditengah pandemi Covid-19. Maka dari itu, tak dapat dipungkiri bahwa perlahan – lahan semua sudah beralih ke arah yang lebih digital, sehingga interaksi antara manusia dan teknologi sudah tidak asing lagi. Dalam menghadapi era industry 4.0, UMKM dikatakan kurang memiliki ketahanan dan fleksibilitas dalam menghadapi pandemi covid-19 ini dikarenakan beberapa hal yang terhambat antara lain, tingkat digitalisasi yang masih rendah, kesulitan dalam melakukan promosi, kurangnya pemahaman terkait informasi akuntansi, dan masih rendahnya pengetahuan mengenai kewirausahaan. Maka dari itu, UMKM dituntut agar dapat menyesuaikan diri dalam perkembangan bisnis yang ada di zaman sekarang ini karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang responsif terhadap perkembangan zaman.

Saat ini keberhasilan suatu usaha dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan masih sangat tergantung dengan kemampuan wirausaha dari pemiliknya. Keberhasilan usaha sendiri dapat diartikan sebagai keberhasilan suatu bisnis untuk mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapat dari wirausaha yang memiliki sifat kreativitas dan mengikuti perkembangan teknologi yang diterapkan secara proaktif, hal ini dapat terlihat dari seorang pengusaha keadaan usahanya lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan hal yang lebih daripada yang lainnya (Fitria, 2019). Adapun dalam penelitian ini keberhasilan suatu usaha dapat diukur melalui meningkatnya modal, meningkatnya pendapatan, meningkatnya volume penjualan, meningkatnya output produksi, serta meningkatnya tenaga kerja di dalam sebuah bisnis. Hanya para pemilik (Owner) yang mempunyai orientasi kewirausahaan yang kuat yang mampu membawa peningkatan bagi perusahaan. Ketidakmampuan pemilik untuk memelihara kekuatannya dalam menghadapi tantangan yang ada justru akan berpengaruh pada turunnya kinerja dan kegagalan perusahaan (Bustan, 2016).

Terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha selain karakteristik wirausaha yakni penggunaan informasi akuntansi. Keberhasilan usaha dapat ditunjang dengan dapat memanfaatkan informasi akuntansi. Dengan adanya penggunaan informasi akuntansi maka keberhasilan usaha ini akan terselenggara dengan baik dengan adanya bantuan informasi akuntansi berupa laporan keuangan yang dapat menjadikan modal dasar bagi UMKM untuk pengambilan keputusan internal maupun eksternal yang berupa keputusan pengembangan pasar, pengembangan harga, dan dalam hubungannya dengan pemerintah ini dengan menggunakan informasi akuntansi (Fauzi, 2020).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari, 2016) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi seperti jenjang pendidikan, skala usaha, lama usaha, dan pengetahuan akuntansi. Kurangnya pemahaman pelaku usaha terkait informasi akuntansi kebanyakan karena tidak adanya standar akuntansi keuangan yang dijadikan pedoman dalam penyusunan laporan keuangan tidak konsisten, namun disamping itu para pelaku UMKM juga masih dihadapkan dengan berbagai keterbatasan. Kebanyakan dari pelaku UMKM menganggap bahwa pembuatan laporan keuangan adalah hal yang menyusahkan dan merepotkan. Itu membuat para pelaku UMKM enggan untuk membuat laporan keuangan, mereka lebih memilih melakukan pencatatan sederhana ketimbang membuat laporan keuangan (Fauzi, 2020).

Selain karakteristik wirausaha dan penggunaan informasi akuntansi tak kalah pentingnya dalam keberhasilan suatu usaha adalah promosi. Keberhasilan usaha dapat dilihat dari promosi yang dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan mengingat terus produk tersebut. Salah satu strategi promosi yang saat ini sedang marak dilakukan adalah penggunaan media sosial. Seorang wirausaha dapat mempromosikan produk yang dihasilkannya melalui media sosial yang terdapat pada smartphone mereka (Putri, 2019).

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahu dan meningkatkan kembali manfaat suatu produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan suatu promosi, biasanya para pelaku usaha harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang tepat digunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan.

Teori yang dijadikan dasar dalam penelitian ini adalah teori atribusi dan Theory of planned behavior yang dimana dalam teori atribusi. Menurut Noviani (2018), teori atribusi pada dasarnya berupaya untuk menjelaskan bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa, alasan, atau sebab perilakunya. Penelitian Winarto (2015) menjelaskan terkait faktor-faktor yang paling mempengaruhi atribusi, yaitu Ability (kemampuan), Task Difficulty

(kesulitan tugas), Effort (upaya), dan Luck (keberuntungan). Teori atribusi dinilai relevan untuk menjelaskan penelitian ini karena secara sederhana dapat menggambarkan faktor-faktor yang mendukung keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis (usaha), sehingga mengkhhusus pada penelitian ini, elemen teori atribusi yang difokuskan adalah atribusi internal dan eksternal. Atribusi internal merujuk pada faktor penggunaan informasi akuntansi sedangkan promosi merupakan salah satu atribusi eksternal.

Kemudian untuk teori yang kedua yakni Theory of planned behavior yang dimana menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi pengendalian perilaku, bersama-sama membentuk niat perilaku individu. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang melandasi perilaku tersebut. Theory of Planned Behavior cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Iskandar dan Saragih, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan (Lasmini 2018), bahwa niat untuk melakukan sesuatu mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu perilaku, semakin kuat niat individu untuk berperilaku maka besar kemungkinan niat tersebut diaktualisasikan dalam bentuk suatu perilaku. Maka dari itu, masalah yang dapat dirumuskan berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut : Apakah karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. Apakah penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. Apakah promosi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. (2) Pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. (3) Pengaruh promosi terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. Pentingnya keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 ini, maka dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Penggunaan Informasi Akuntansi, Dan Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kecamatan Buleleng”.

Teori Atribusi

Salah satu teori yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penentu keberhasilan dan kegagalan suatu bisnis yang dijalankan adalah teori atribusi. Menurut Noviani (2018), teori atribusi pada dasarnya berupaya untuk menjelaskan bagaimana seseorang menginterpretasikan suatu peristiwa, alasan, atau sebab perilakunya. Dalam perkembangannya, teori ini kemudian lebih memfokuskan pada upaya-upaya yang dilakukan untuk mengkaji lebih lanjut pola kesalahan dan bias dalam proses atribusi (Micheladalam Julius, 2013).

Teori atribusi dinilai relevan untuk menjelaskan penelitian ini karena secara sederhana dapat menggambarkan faktor-faktor yang mendukung keberhasilan atau kegagalan suatu bisnis (usaha). mengkhhusus pada penelitian ini, elemen teori atribusi yang difokuskan adalah atribusi internal dan eksternal. Atribusi internal merujuk pada faktor penggunaan informasi akuntansi sedangkan promosi merupakan salah satu atribusi eksternal.

Theory Of Planned Behavior

Berdasarkan Theory of Planned Behavior yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi pengendalian perilaku, bersama-sama membentuk niat perilaku individu. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang

melandasi perilaku tersebut. Intensi inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku seseorang. Theory of Planned Behavior cocok digunakan untuk mendeskripsikan perilaku apapun yang memerlukan perencanaan (Iskandar dan Saragih, 2018). Dalam penelitian yang dilakukan (Lasmini 2018), bahwa niat untuk melakukan sesuatu mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan suatu perilaku, semakin kuat niat individu untuk berperilaku maka besar kemungkinan niat tersebut diaktualisasikan dalam bentuk suatu perilaku.

Coronavirus

Corona virus merupakan virus RNA strain tunggal positif, berkapsul dan tidak bersemen. Coronavirus tergolong ordo Nidovirales, keluarga Coronaviridae. Coronavirus dibagi menjadi dua subkeluarga dibedakan berdasarkan serotype dan karakteristik genom. Coronavirus Disease (COVID-19) adalah virus jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Coronavirus bersifat sensitive terhadap panas dan secara efektif dapat diinaktifkan oleh desinfektan mengandung klorin, pelarut lipid dengan suhu 56°C selama 30 menit, eter, alcohol, asam perioksiasetat, detergen non-inonik, formalin, oxidizing agent dan kloroform.

Pengertian UMKM

Menurut Undang – Undang No.20 Tahun 2008, usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau dengan usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapat dari wirausaha yang memiliki sifat kreativitas dan mengikuti perkembangan teknologi yaang diterapkan secara proaktif, hal ini dapat terlihat dari seorang pengusaha keadaan usahanya lebih baik dari periode sebelumnya dan menggambarkan hal yang lebih daripada yang lainnya (Ardiana, 2019)

Karakteristik Wirausaha

Karakteristik wirausaha adalah sikap atau perilaku seseorang yang mampu menggunakan sumber daya seperti finansial, bahan mentah, dan tenaga kerja dengan upaya-upaya kreatif dan inovatif serta berani menanggung resiko yang moderat untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru (Widiyanto, 2018)

Penggunaan Informasi Akuntansi

Penggunaan informasi akuntansi adalah sebuah proses, cara, perbuatan menggunakan dan pemakaian informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan diantara alternatif-alternatif tindakan. Informasi hanya memiliki nilai jika informasi tersebut dapat menyebabkan sebuah perubahan dalam tindakan yang dipilih oleh orang yang menjalankan informasi tersebut (Yustien, 2019). Menurut (Akifa, 2014) secara umum akuntansi UMKM dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang memberikan

informasi akuntansi mengenai aktifitas ekonomi dan kondisi UKM kepada pemilik dan pihak – pihak yang berkepentingan yang dimaksud pihak – pihak yang berkepentingan disini adalah investor yang ingin menanamkan modalnya di dalam UKM yang bersangkutan apabila ada dan kreditur yang ingin diajukan oleh UMKM yang bersangkutan (Fauzi, 2020).

Promosi

Promosi merupakan kegiatan terpenting yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahu dan mengingatkan kembali suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk diadakannya suatu promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan (Majid,2020)

Hipotesis Penelitian

Karakteristik wirausaha adalah sikap atau perilaku seseorang yang mampu menggunakan sumber daya seperti finansial, bahan mentah, dan tenaga kerja dengan upaya-upaya kreatif dan inovatif serta berani menanggung resiko yang moderat untuk menemukan peluang usaha sehingga terciptanya usaha baru (Widiyanto, 2018). Menurut penelitian (Suryana,2003), Jumaedi (2012), Ardiyansyah (2017), Wijayanto(2013) dan Nurhasanah (2017) berpendapat bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Tetapi berbeda pendapat dengan penelitian (Ardiana, 2019) yang berpendapat bahwa karakteristik wirausaha tidak memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha. Dengan adanya konsep diatas maka dengan sementara yang bisa dibentuk adalah sebagai berikut :

H1 : Karakteristik Wirausaha Berpengaruh Terhadap Keberhasilan UMKM

Penggunaan Informasi Akuntansi merupakan proses, cara, perbuatan menggunakan dan pemakaian informasi akuntansi yang dapat dipakai oleh pihak eksternal maupun pihak internal untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan diantara alternatif-alternatif tindakan. Menurut penelitian (Kurniawati, 2015) dan (Herawaty, 2019) berpendapat bahwa penggunaan informasi akuntansi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Sedangkan berbeda pendapat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Munif, 2018) dan (Fauzi, 2020) yang memiliki pendapat bahwa variabel penggunaan informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Dengan adanya konsep diatas maka dengan sementara yang bisa dibentuk adalah sebagai berikut :

H2 : Penggunaan Informasi Akuntansi Berpengaruh Terhadap Keberhasilan UMKM

Dalam suatu keberhasilan usaha erat kaitannya dengan promosi yang dilakukan pelaku usaha guna memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Munawarah, 2018), (Kevin, 2019), (Lili, 2015) dan (Putri, 2019) yang berpendapat bahwa promosi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mustofa, 2016) bahwa variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keberhasilan usaha. Dengan adanya konsep diatas maka dengan sementara yang bisa dibentuk adalah sebagai berikut :

H3: Promosi Berpengaruh Terhadap Keberhasilan UMKM.

Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM

di Kecamatan Buleleng yakni sebanyak 565 pelaku UMKM. Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dan mendapatkan hasil sebanyak 234. dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 234.

Pada penelitian ini skala yang digunakan untuk menyusun kuesioner penelitian ini adalah *skala likert*. Setiap pernyataan disediakan lima alternatif untuk jawaban yakni STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), KS (Kurang Setuju), S (Setuju), SS (Sangat Setuju). Dalam pengumpulan data menggunakan beberapa etode yaitu : kuesioner, studi pustaka, dokumentasi dan observasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perhitungan statistik, yaitu dengan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Maka selanjutnya akan dilakukan analisis data yang terdiri dari uji instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini terdiri atas tiga jenis variabel independen (X), yaitu karakteristik wirausaha (X1), penggunaan informasi akuntansi (X2), dan promosi (X3), serta satu jenis variabel dependen (Y) yakni keberhasilan UMKM. Penelitian ini dilakukan pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdaftar di Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Buleleng. Penyebaran kuesioner ini menggunakan 2 metode yakni kuesioner dan google form. Waktu yang diperlukan untuk penyebaran kuesioner selama 21 hari dari tanggal 28 Mei 2021 – 17 juni 2021.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum maksimum variabel karakteristik wirausaha memiliki skor minimum 15 dan skor maksimum 25, serta skor rata-rata 21,29 dengan standar deviasi 2,72. Dari hasil tersebut standar deviasi lebih kecil dari skor rata-rata menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha sebaran skornya semakin dekat dari skor rata-ratanya, yang mengindikasikan respon terhadap karakteristik wirausaha tidak bervariasi. Pada variabel penggunaan informasi akuntansi memiliki skor minimum 28 dan skor maksimum 45, serta skor rata-rata 37,055 dengan standar deviasi 3,90. Dari hasil tersebut standar deviasi lebih kecil dari skor rata-rata menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi sebaran skornya semakin dekat dari skor rata-ratanya, yang mengindikasikan respon terhadap penggunaan informasi akuntansi tidak bervariasi. Dan pada variabel promosi skor minimum 18 dan skor maksimum 25 dan skor rata-rata 21,31 dengan standar deviasi 1,74. Dari hasil tersebut standar deviasi lebih kecil dari skor rata-rata menunjukkan bahwa promosi sebaran skornya semakin dekat dari skor rata-ratanya, yang mengindikasikan respon terhadap promosi tidak bervariasi. Variabel dependen dari penelitian ini yakni keberhasilan UMKM memiliki skor minimum 17 dan skor maksimum 24 dan skor rata-rata 20,76 dengan standar deviasi 1,94. Dari hasil tersebut standar deviasi lebih kecil dari skor rata-rata menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM sebaran skornya semakin dekat dari skor rata-ratanya, yang mengindikasikan respon terhadap keberhasilan UMKM tidak bervariasi. Berdasarkan uji validitas, kriteria keputusan valid dinyatakan apabila nilai signifikansi (Sig) < $\alpha = 0,05$ (Ghozali, 2011). Berdasarkan output pada Tabel 4.3, nilai signifikansi (Sig) untuk semua item lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ sehingga seluruh item pernyataan pada kuesioner karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi, promosi, dan keberhasilan UMKM dinyatakan valid.

Berdasarkan uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Alpha Cronbach lebih besar dari 0,70. Jadi dapat disimpulkan bahwa kuesioner karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi, promosi, dan keberhasilan UMKM adalah reliabel. Setelah dilakukannya uji validitas dan reliabilitas selesai, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji normalitas. Hasil uji normalitas data

dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Data

<i>One-Sample Kolgomorov-Smirnov Test</i>	
<i>Unstandardized Residual</i>	
N	234
Kolmogorov-Smirnov Z	0,046
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: *Diolah penulis, 2021*

Berdasarkan tabel diatas ditunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) tersebut lebih besar dari 0,05 untuk statistik Kolmogorov-Smirnov Z. Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal. Berdistribusi normal yang berarti hasil penelitian yang diperoleh pada sampel berarti dapat mewakili populasi keseluruhan.

Berikutnya Uji Asumsi Klasik yang kedua adalah uji Multikoleniaritas yang digunakan adalah untuk mengetahui adanya hubungan linier atau korelasi yang kuat diantara variaabel-variabel independen dalam model regresi. Hasil uji multikoleniaritas dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	
Karakteristik wirausaha	0,462	2,166	Bebas multikolinieritas
Penggunaan informasi akuntansi	0,553	1,807	Bebas multikolinieritas
Promosi	0,509	1,963	Bebas multikolinieritas

Sumber: *Diolah Penulis, 2021*

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Nilai korelasi diantara variabel bebas dapat dikatakan mempunyai korelasi yang lemah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa di antara variabel bebas tidak ada korelasi atau tidak terjadinya multikoleniaritas pada model regresi linier.

Uji asumsi klasik yang ketiga adalah uji heterokedastisitas yang merupakan asumsi dalam regresi yang dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas digunakan uji glejser seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	<i>Model</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
1	Karakteristik wirausaha	-0,420	0,675
	Penggunaan informasi akuntansi	-0,626	0,532
	Promosi	-0,129	0,897

Dependent Variable: ABS

Berdasarkan tabel 3 ditunjukkan bahwa nilai signifikansi antara variabel bebas dengan absolute residual (ABS) lebih besar dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak terdapat adanya gejala heterokedastisitas.

Setelah uji asumsi klasik dilewati, selanjutnya dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui besarnya pengaruh karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi dan promosi terhadap keberhasilan UMKM. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat diketahui persamaan garis regresi dengan menggunakan analisis konstanta dan koefisien beta. Hasil perhitungan konstanta dan koefisien beta serta hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Koefisien Beta dan Uji t

	Model	Unstandardized	Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients		
		B	Beta		
1	(Constant)	1,858		2,096	0,037
	X ₁	0,219	0,307	5,823	0,000
	X ₂	0,133	0,268	5,568	0,000
	X ₃	0,437	0,392	7,813	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Diolah penulis

Berdasarkan perhitungan analisis regresi linier berganda pada tabel 4, maka didapat hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 1,858 + 0,219X_1 + 0,133X_2 + 0,437X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan model regresi yang terbentuk, dapat diinterpretasikan hasil sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 1,858 menunjukkan jika variabel karakteristik wirausaha (X₁), penggunaan informasi akuntansi (X₂), dan promosi (X₃) bernilai konstan, maka variabel keberhasilan UMKM (Y) memiliki nilai positif 1,858 satuan.
2. Karakteristik wirausaha (X₁) memiliki koefisien regresi 0,219. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha (X₁) berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan karakteristik wirausaha (X₁) dapat meningkatkan keberhasilan UMKM (Y) sebesar 0,219 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.
3. Penggunaan informasi akuntansi (X₂) memiliki koefisien regresi 0,133. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi (X₂) berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan penggunaan informasi akuntansi (X₂) dapat meningkatkan keberhasilan UMKM (Y) sebesar 0,133 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.
4. Promosi (X₃) memiliki koefisien regresi 0,437. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa promosi (X₃) berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM (Y). Hal ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan promosi (X₃) dapat meningkatkan keberhasilan UMKM (Y) sebesar 0,437 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Selanjutnya dalam penelitian ini dilakukan uji koefisien determinasi (R²) untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi – variasi variabel

dependen. Berikut ini adalah hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model</i>	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,840	0,706	0,702

Sumber: *Diolah penulis (2021)*

Berdasarkan Tabel 5 diatas, diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,702. Hal ini menunjukkan bahwa 70,2% variabel keberhasilan UMKM dipengaruhi oleh variabel karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi dan promosi. Sedangkan 29,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Setelah uji regresi linier berganda dan koefisien determinasi (R^2) dilakukan, maka dilanjutkan dengan menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk menentukan analisis pengaruh karakteristik wirausaha, penggunaan informasi akuntansi dan promosi terhadap keberhasilan UMKM secara parsial, dimana dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas pada uji t. Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdasarkan tabel 4 hasilnya adalah :

1. Variabel karakteristik wirausaha (X_1) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa karakteristik wirausaha (X_1) berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM (Y).
2. Variabel penggunaan informasi akuntansi (X_2) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi (X_1) berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM (Y).
3. Variabel promosi (X_3) memiliki nilai signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi (X_3) berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM (Y).

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama yaitu mengenai pengaruh karakteristik wirausaha terhadap keberhasilan UMKM menunjukkan nilai koefisien regresi 0,219 dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng.

Hasil penelitian ini juga relevan dengan teori Of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa perilaku timbul karena adanya niat yang melandasi perilaku tersebut. Intensi inilah yang merupakan awal terbentuknya perilaku seseorang. Karakteristik wirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi (high involvement) ini dikarenakan dalam mengambil suatu keputusan akan melibatkan faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, pembelajaran (sikap), faktor eksternal seperti keluarga, teman, tetangga, dan lain sebagainya (norma subjektif) (Iskandar, 2012).

Salah satu hasil penelitian terdahulu yang dapat mendukung hasil penelitian ini adalah penelitian oleh (Suryana, 2003) dan (Widiyanto, 2018) yang menjelaskan bahwa karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Maka dari itu penelitian ini menandakan bahwa seorang

wirausaha jika memiliki sikap tersebut maka keberhasilan dalam suatu usaha akan lebih meningkat.

Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan UMKM

Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis kedua mengenai pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan UMKM yang menunjukkan nilai koefisien regresi 0,133 dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima H2 diterima (H0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yakni (Wibowo dan Kurniawati, 2015) dan (Herawaty, 2019) yang berpendapat bahwa penggunaan informasi akuntansi memiliki pengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Penelitian ini erat kaitannya dengan teori atribusi karena penggunaan informasi akuntansi merupakan faktor internal dalam teori atribusi dimana yang menjelaskan bahwa salah satu faktor yang mendukung terjadinya kegagalan atau keberhasilan suatu usaha adalah faktor yang berasal dari internal.

Pengaruh Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM

Hasil pengujian hipotesis ketiga mengenai pengaruh promosi terhadap keberhasilan UMKM menunjukkan nilai koefisien regresi 0,437 dengan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima H3 diterima (H0 ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

Karena variabel promosi merupakan atribusi eksternal maka penelitian ini erat kaitannya dengan teori atribusi yang menyatakan bahwa terdapat salah satu faktor yang dapat menunjang kegagalan atau keberhasilan suatu usaha yakni yang berasal dari luar. Promosi yang dilakukan oleh pelaku usaha harus dapat ditingkatkan setiap tahunnya untuk dapat mendorong permintaan barang yang ditawarkan.

Dalam penelitian ini erat kaitannya dengan penelitian terdahulu yang sejalan hasilnya dengan penelitian ini yakni penelitian oleh (Kevin, 2019), (Lili, 2015) dan (Putri, 2019) yang berpendapat bahwa promosi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, berikut diuraikan beberapa simpulan yang mengacu pada tujuan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Karakteristik wirausaha secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng. Jika karakteristik wirasaha semakin tinggi, maka keberhasilan suatu UMKM akan semakin meningkat.
2. Penggunaan informasi akuntansi secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan informasi akuntansi maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan suatu usaha yang dicapai oleh para pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng
3. Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan maka keberhasilan UMKM akan semakin meningkat di masa pandemi covid-19 di Kecamatan Buleleng.

Saran:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat berperan secara aktif dalam meningkatkan pengetahuan yang lebih bagi masyarakat khususnya dalam hal ini adalah pelaku UMKM. Selain itu juga, pemerintah diharapkan dapat memberikan pendekatan kepada pelaku UMKM

melalui sosialisasi ataupun penawaran program - program yang dapat meningkatkan kemudahan akses layanan keuangan baik secara digital maupun non digital.

2. Bagi Pelaku UMKM

Pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng diharapkan dapat menggunakan sistem akuntansi secara rutin sehingga penggunaan informasi akuntansi dalam kegiatan usaha dapat menunjang keberhasilan UMKM di masa pandemi covid-19. Selain itu juga penerapan promosi yang dilakukan pelaku UMKM di Kecamatan Buleleng sudah mulai banyak dilakukan apalagi dengan promosi melalui media sosial seperti Whastapp, Instagram, dan Facebook. Hal ini berarti bahwa promosi sangat erat kaitannya dengan keberhasilan UMKM terlebih lagi di masa pandemi ini.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Saran saya bagi peneliti selanjutnya adalah untuk melakukan penelitian di sentra lainnya dan menambah variabel penelitian serta dapat mengamati mengenai faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM seperti peran informasi akuntansi dan keterampilan wirausaha agar nantinya memperoleh hasil yang baik.

Daftar Pustaka

- Apriliani, M. F., & Widiyanto. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Tenaga Kerja terhadap Keberhasilan UMKM Batik. 7(2), 761–776.
- Ardiana, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Industri Kecil Dan Menengah Berbasis Industri Kreatif Di Kabupaten Magelang (Skripsi, Universitas Negeri Semarang).
- Atmaja, I, Purnamawati, I. G. A, dan Sujana, Edy. (2020). Pengaruh Modal Sosial, Modal Manusia, Biaya Transaksi Terhadap Kesuksesan UMKM Industri Seni Lukisan Di Kabupaten Buleleng. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha, Vol: 11 No:3
- Ghozali, Imam. (2011). “Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS”.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Januartini, K. E., Purnamawati, I. G. A., Herawati, N. T., & AK, S. (2016). Faktor-Faktor Strategi Pemasaran Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan Dan Keputusan Pembelian Oleh Konsumen. JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha, 5(2).
- Kemetrician Kesehatan Republik Indonesia. 2020. “Pedoman Kesiapsiagaan Menghadapi Coronavirus Disease (Covid-19)”, hal. 11
- Munawarah, M., Subhan, S., & Usdeldi, U. (2018). Pengaruh Modal, Produk Dan Promosi Dalam Meningkatkan Keberhasilan Unit Usaha Menengah (Ukm) Kerupuk Ikan Di Kecamatan Danau Teluk (Kota Jambi) (Skripsi, Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Munif, Ahmad. (2018). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Pelatihan Akuntansi Dan Modal Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Empiris pada Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Temanggung).
- Petri, M. M., Majid, N., & Addiarrahman, A. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Bisnis Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi UMKM Buket Bunga Gallery Daisuki Jambi) (Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Rahmawaty, A. (2019). Model Empiris Minat Entrepreneurship Dengan Pendekatan Theory Of Planned Behavior. Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 7 No.1

Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV
Suryana. (2003). Kewirausahaan. Jakarta: Salemba Empat.