

Determinan Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Kecamatan Mandau

Winda Kusrianti^{1*}, Endang Sri Wahyuni^{2*}

^{1,2} Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Politeknik Negeri Bengkalis, Bengkalis, Riau, 28711, Indonesia

^{1*} windakusrianti29@gmail.com, ^{2*} endang.sri@polbeng.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to test the Influence of Business Location, Business Capital, Marketing Strategy and The Use of Accounting Information on the Success of MSMEs in Mandau District. This research is a type of quantitative research using primary data sources (questionnaires). The sampling technique uses the slovin formula, from the data obtained 326 respondents. Data analysis method using multiple linear regression analysis method with the help of IBM SPSS Statistics 23. The results of this study show that the calculated t value of each independent variable is 3,910 for location, 7,131 for business capital, 4,349 for marketing strategy and 2,792 for the use of accounting information, while the table t value is 2.242 ($t_{\text{calculate}} > t_{\text{table}}$) that means business location, business capital, Marketing strategies and the use of accounting information affect the success of MSMEs. This proves that the higher the business location, business capital, marketing strategy and the use of accounting information, the higher the success rate of MSMEs in Mandau District..

Keywords: *Business Location, Business Capital, Marketing Strategy, Usage Accounting Information, and MSME Success.*

1. Pendahuluan

Era global yang ditandai dengan perdagangan bebas tidak bisa dihindari oleh bangsa manapun dimuka bumi ini termasuk Indonesia. Globalisasi yang ditandai dengan perubahan yang tidak pasti, membutuhkan fleksibilitas dan paradigma baru bagi organisasi, serta perubahan penentu keberlangsungan organisasi. Keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional sebagai indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Selama ini UMKM dapat dijadikan sebagai pintu keluar di saat krisis melalui mekanisme penciptaan lapangan kerja dan nilai tambah. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai pelaku usaha komplementer bagi pengembangan ekonomi nasional, keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh perekonomian masyarakat.

Kedudukan industri kecil atau usaha mikro di Indonesia telah mendapat tempat yang penting. Hal itu disebabkan karena mampu menyerap tenaga kerja banyak, ikut melancarkan peredaran perekonomian

dan mampu hidup berdampingan dengan usaha besar. Usaha kecil juga mampu hidup di sela-sela usaha besar dengan cara membuat produk yang unik dan khusus sehingga tidak menganggap usaha besar sebagai pesaingnya, (Bambang, dkk. 2015). Salah satu industri kecil yang sedang dikembangkan oleh pemerintah adalah usaha mikro, kecil, dan menengah. UMKM yang berada di masyarakat antara lain industri rumah tangga atau usaha mikro yang cukup mampu meretas kemiskinan, pengangguran, pemerataan pendapatan, penyerapan tenaga kerja dan meningkatkan perkembangan usaha, (Danang, 2018).

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa dunia usaha dibedakan menjadi Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah dan Usaha Besar. Segmentasi usaha mikro, kecil dan menengah sering digolongkan secara khusus karena mewakili segmen rakyat kecil dengan sebutan UMKM. Berdasarkan UU tersebut, UMKM adalah perusahaan produktif yang memenuhi banyak kriteria usaha dengan batasan kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Keberadaan UMKM ini tidak bisa dipandang sebelah mata. UMKM merupakan salah satu sektor strategis

perekonomian. UMKM bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Berikut data Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Bengkalis Tahun 2021.

Tabel 1. Daftar Jumlah UMKM Kabupaten Bengkalis Tahun 2021

No	Kecamatan	Jumlah UMKM 2021
1	Bengkalis	1.158
2	Bantan	603
3	Siak Kecil	124
4	Bukit Batu	260
5	Bandar Laksamana	157
6	Pinggir	967
7	Talang Muandau	95
8	Mandau	8.707
9	Bathin Solapan	2.714
10	Rupat	491
11	Rupat Utara	133
JUMLAH UMKM		15.409

Sumber.: Dinas Koperasi dan UMKM, Data Olahan, 2022

Data Badan Pusat Statistik yang dipublikasikan oleh Kementrian Koperasi dan UMKM dalam websitenya, hingga tahun 2017 UMKM dapat menyerap 96,82% tenaga kerja dari total 62,9 juta unit UMKM, pada tahun 2018 UMKM dapat menyerap 97,00% tenaga kerja dari total 64,1 juta unit Usaha Kecil Menengah yang ada, dan pada tahun 2019 UMKM mampu menyerap tenaga kerja 96,92% tenaga kerja dari total 65,4 juta unit UMKM yang ada. (Kementerian Koperasi dan UKM, 2019).

Berdasarkan tabel 1.1, dapat diketahui bahwa unit usaha UMKM dari tiga tahun kebelakang sampai dengan tahun 2019 mengalami peningkatan, begitu pula pada penyerapan tenaga kerja yang terus meningkat. Hal tersebut membuktikan sektor UMKM memiliki peranan strategis bagi perekonomian di kabupaten bengkalis. Perkembangan sektor UMKM di Kabupaten Bengkalis didukung oleh peran pemerintah dalam melakukan pembinaan dan pengembangan dari segala aspek usaha, salah satunya adalah pembinaan dan pendampingan dalam memasarkan produk

UMKM. Sektor UMKM merupakan bagian yang memberikan kontribusi yang tidak kalah penting dalam perkembangan perekonomian. Jika dilihat dari jumlah penyerapan tenaga kerja sehingga pengangguran berkurang, kemudian dari pembangunan ekonomi pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan banyak cara diantaranya dengan cara mengetahui keterampilan wirausaha, cara memperoleh modal dan cara mengelolanya serta menerapkan strategi pemasaran dengan tepat, sehingga dapat terlihat perkembangan UMKM (Purwanti, 2012).

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada pengusaha baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah : latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, efikasi diri, motivasi dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan diluar organisasi diantaranya: lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global dan masalah eksternal lainnya, (Bongsu, dkk. 2010).

Pertumbuhan ekonomi diartikan sebagai kenaikan Gross Domestic Product tanpa memandang apakah kenaikan itu lebih besar atau lebih kecil dari tingkat pertumbuhan penduduk. Berbicara mengenai pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari pembangunan ekonomi itu sendiri sebab di dalam pertumbuhan ekonomi juga disertai dengan peningkatan kegiatan pembangunan yang mana tujuannya adalah untuk meningkatkan pendapatan perkapita yang tinggi (Sukirno, 2010).

Dalam analisa Neo Klasik pertumbuhan ekonomi tergantung pada pertambahan dan penawaran faktor-faktor produksi dan tingkat kemajuan teknologi sebab perekonomian akan tetap mengalami tingkat kesempatan kerja penuh dan kapasitas alat-alat modal akan digunakan sepenuhnya dari waktu ke waktu. Dalam

teori ini disebutkan bahwa rasio capital output atau rasio modal produksi dapat dengan mudah berubah. Dengan kata lain, untuk menciptakan sejumlah output tertentu, dapat digunakan berbagai kombinasi antara pemakai modal dan tenaga kerja. Apabila modal yang digunakan lebih besar, maka lebih kecil tenaga kerja yang diperlukan. Sebaliknya, apabila modal yang digunakan lebih terbatas maka lebih banyak tenaga kerja yang digunakan (Arsyad, 2010). Robert Solow (1987) berpendapat bahwa Pertumbuhan Ekonomi adalah rangkaian kegiatan yang bersumber pada empat faktor utama, yakni manusia, akumulasi modal, teknologi modern dan hasil (output).

Modal usaha merupakan kunci awal dari setiap produksi. Modal yang besar akan berpengaruh terhadap perkembangan usaha karena modal di perlu ketika pengusaha hendak mendirikan perusahaan baru atau untuk memperluas usaha yang sudah ada, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha, sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh. Modal dapat berasal dari modal pribadi atau modal pinjaman dari pihak lain seperti lembaga keuangan. Namun pada umumnya para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah lebih menggunakan modal pribadi yang tidak terlalu besar jumlahnya. Pelaku UMKM juga dihadapkan pada masalah sulitnya akses pada lembaga yang dapat memberikan pinjaman dana untuk tambahan modal usaha, (Azkiyyatus, 2015). Oleh karena itu, suntikan modal juga diperlukan untuk menumbuhkan bisnis, karena tanpa tambahan modal sangat sulit untuk meningkatkan penjualan. Dengan demikian, modal dapat mempengaruhi perkembangan usaha, karena semakin banyak modal yang dimiliki seorang pelaku ekonomi, semakin besar pula volume pertumbuhan usahanya.

Dalam memilih lokasi, tidak semua pengusaha mikro dan kecil telah melakukan berbagai pertimbangan ekonomis dan

strategis, apalagi melakukan studi kelayakan, bahkan banyak perusahaan yang didirikan tanpa perencanaan lokasi yang tepat, sehingga banyak dari perusahaan tersebut berpotensi tidak efisien, sebagai akibatnya usaha tersebut sulit untuk beroperasi secara menguntungkan akhirnya ditutup total karena selalu merugi.

Dengan strategi pemasaran yang baik sebuah usaha dapat dengan mudah diterima oleh masyarakat. Strategi pemasaran merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan usaha. Baik dari segi produk, harga, tempat dan promosi. Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang paling kritis bagi perkembangan Usaha Kecil dan Mikro. Masalah pemasaran yang dialami yaitu tekanan persaingan baik di pasar domestik dari produk yang serupa buatan sendiri dan impor, maupun di pasar internasional, dan kekurangan informasi yang akurat serta up to date mengenai peluang pasar di dalam maupun luar negeri. strategi pemasaran pun diperlukan dalam pengembangan usaha.

Herawaty (2019) Informasi akuntansi adalah satu hal penting yang dibutuhkan dalam menunjang keberhasilan sebuah kelompok usaha mandiri. Informasi akuntansi dapat membantu dalam menyelenggarakan kegiatan kelompok usaha mandiri. Informasi ini dapat digunakan dalam pengambilan keputusan internal organisasi dan pengambilan keputusan eksternal. Nelsi Islamiyati (2017) permasalahan yang sering ditemui pada usaha rumahan adalah masih banyak usaha rumahan yang belum menggunakan pencatatan atau akuntansi. Kesulitan dalam memperhitungkan omset, laba kotor sampai dengan laba bersih karena masih banyak yang belum mengerti tentang pencatatan sehingga menjadi penyebab terhambatnya pertumbuhan usaha rumahan. Data pembukuan suatu perusahaan bisa mengukur keberhasilan dan merencanakan strategi perusahaan kedepannya.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Determinan

Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Kecamatan Mandau.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Pertumbuhan Ekonomi Neo Klasik.

Penelitian ini menggunakan Neo-Klasik seperti yang telah digunakan oleh penelitian sebelumnya. Ahli ekonomi Yosep Schumpeter dalam bukunya *The Theory of Economics Development* menjelaskan bahwa pembangunan ekonomi disebabkan karna adanya perubahan-perubahan terutama dalam lapangan industri dan perdagangan.

Menurut teori Neo-Klasik Robert Solow (1987) berpendapat bahwa Pertumbuhan Ekonomi adalah rangkaian kegiatan yang bersumber pada empat faktor utama, yakni manusia, akumulasi modal, teknologi modern dan hasil (output). Hal-hal yang mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan ekonomi yaitu jumlah dan kualitas penduduk atau sumber daya manusia, sumber daya modal dan teknologi, sistem sosial dan sikap masyarakat, sumber daya alam, luas pasar atau pangsa pasar. Proses perkembangan ekonomi menurut teori Neo-Klasik yaitu sebagai hasil hubungan harmonis antara faktor internal dan eksternal ekonomi. Faktor internal timbul karena adanya kenaikan skala produksi sebagai akibat adanya efisiensi seperti mesin baru, pasar yang luas, dan manajemen yang baik. Sedangkan faktor eksternal timbul karena adanya perkembangan industri yang saling ketergantungan dari berbagai sektor perekonomian.

2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan pengertian UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah

tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Definisi UMKM menurut Kementerian Koperasi dan UMKM menurut AUFAR (2014) Usaha Kecil (UK), termasuk usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp.200.000.000 s.d. Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Berdasarkan definisi di atas dapat dikatakan bahwa UMKM adalah usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu.

2.3 Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha biasanya diartikan dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya hal tersebut bisa dilihat dari volume produksi yang tadinya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku per hari meningkat menjadi mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak, serta bertambahnya karyawan (Arlinto, 2014).

Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi. Keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, suatu bisnis dikatakan berhasil apabila mendapat laba, karena laba adalah tujuan dari seseorang melakukan bisnis.

Sehingga dapat diketahui bahwa definisi keberhasilan usaha adalah suatu keadaan dimana usaha yang dijalankan mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya atau keberhasilan dari bisnis mencapai tujuannya, dimana keberhasilan tersebut didapatkan dari wirausaha yang memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif,

mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif.

Keberhasilan usaha merupakan kemampuan bertahan hidup dan semakin berkembangnya suatu perusahaan antara lain dengan adanya peningkatan volume produksi; adanya tambahan tenaga kerja; adanya tambahan alat produksi dengan berharap adanya peningkatan kemampuan produksi serta adanya tambahan modal yang berasal dari laba di tahan (Wibowo dan Kurniawati, 2015).

2.4 Lokasi Usaha

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang bisa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat khusus dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak dan tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau *counter* baik didalam maupun di luar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, dan terletak di arus bisnis. Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat dengan bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan, (Renderdan, 2001).

2.5 Modal Usaha

Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atas usaha yang dilakukan. Sumber modal usaha dapat diperoleh dari modal sendiri, bantuan

pemerintah, lembaga keuangan baik bank dan lembaga keuangan non bank. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan, (Bambang, 2011).

2.6 Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), strategi pemasaran adalah pola pikir pemasaran yang akan digunakan oleh unit bisnis untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi tersebut berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penentuan posisi, bauran pemasaran, dan besarnya pengeluaran pemasaran. David (2006) strategi pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya.

2.7 Penggunaan Informasi Akuntansi

Aufar (2014) mendefinisikan informasi akuntansi sebagai informasi kuantitatif tentang entitas ekonomi yang bermanfaat untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan dan alternatif-alternatif tindakan. Pengguna informasi akuntansi untuk perencanaan strategi pengawasan manajemen dan pengawasan operasional.

Informasi ada yang berupa informasi kuantitatif dan ada pula yang kualitatif. Informasi akuntansi adalah informasi kuantitatif yang menggunakan uang sebagai satuan ukuran yang digunakan untuk membantu manajemen dalam pelaksanaan pengelolaan perusahaan. Apabila dipandang dari segi aspek informasi, akuntansi adalah aktivitas yang menghasilkan jasa yaitu berfungsi menyajikan informasi kuantitatif yang pada dasarnya bersifat keuangan dari suatu satuan usaha atau organisasi tertentu, informasi tersebut akan dapat dipakai oleh pihak eksternal maupun pihak internal untuk pengambilan keputusan dengan

memilih beberapa alternatif. Jika dipandang dari segi pengolahan data maka akuntansi adalah proses pencatatan dan penggolongan, peringkasan dan penyajian dalam bentuk laporan keuangan dan laporan-laporan lainnya atas transaksi keuangan suatu satuan usaha atau organisasi dengan cara yang sistematis, serta meliputi analisa dan interpretasi informasi yang disajikan dalam laporan-laporan tersebut.

Informasi akuntansi keuangan diperlukan oleh manajemen puncak maupun pihak luar untuk pengambilan keputusan. Pihak luar itu adalah pemegang saham, bank, kreditur dan pemerintah. Informasi akuntansi keuangan dihasilkan oleh sistem pengolahan informasi keuangan yang disebut akuntansi keuangan. Informasi akuntansi keuangan disajikan kepada pihak luar dalam bentuk neraca, laporan laba rugi dan laporan perubahan modal.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁: Terdapat Lokasi Usaha berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Usaha

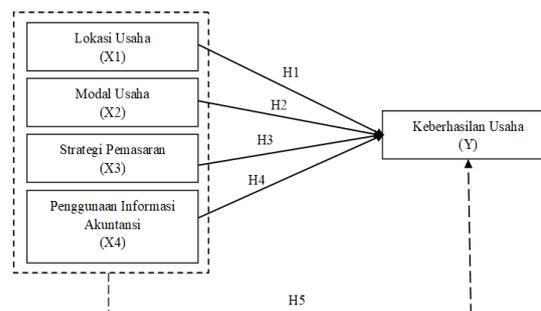
H₂: Terdapat Modal Usaha berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Usaha

H₃: Terdapat Strategi Pemasaran berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Usaha

H₄: Terdapat Penggunaan Informasi Akuntansi berpengaruh Positif terhadap Keberhasilan Usaha

H₅: Terdapat Lokasi Usaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Penggunaan Informasi Akuntansi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah.

Adapun kerangka pemikiran yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Data Olan, 2022)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi pada pelaku usaha mikro kecil menengah (umkm) di kecamatan mandau yang berjumlah 326 responden. Teknik pengambilan sampel dengan rumus slovin. Penentuan sampel dengan rumus *slovin*, *margin of error* ditentukan sebesar (0,05) atau 5%.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Dalam penyusunan skala pengukuran digunakan metode skala likert 1-4, dimana responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan, dengan skala penilaian 1 sampai 4. Tanggapan positif (maksimal) diberi nilai paling besar (4) dan tanggapan negatif (minimal) diberi nilai paling kecil (1).

Metode analisis data dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas) dan Analisis Regresi Berganda serta uji hipotesis (uji t dan uji f).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2019), Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menentukan sampel sesuai dengan kriteria tertentu yang ada dalam populasi tersebut. Kriteria sampel untuk penelitian ini adalah :

1) Usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain.

2) Memiliki kriteria modal usaha mikro kekayaan bersih Maks. 50 juta, usaha kecil > 50 juta sampai sengan 500 juta, dan usaha menengah > 500 juta sampai dengan 100 miliar.

Artinya dalam teknik pengambilan sampel ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 382 responden usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kecamatan Mandau.

Adapun definisi konsep dari indikator penelitian adalah Pengaruh lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran, dan penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan pelaku UMKM sebagai berikut :

a. Lokasi Usaha

Menurut Septika (2006), Lokasi merupakan tempat untuk menjalankan kegiatan perencanaan pengambilan keputusan, pengendalian, proses produksi, penjualan dan tempat memajangkan barang-barang dagangan.

b. Modal Usaha

Modal usaha adalah Pengertian modal usaha menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia modal usaha adalah uang yang dipakai sebagai produk (induk) untuk bergadag, melepas uang, dan sebagainya; harta benda (uang, barang, dan sebagainya) yang dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu yang menambah kekayaan.

c. Strategi Pemasaran

Pemasaran Menurut Mariani (2018), pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Strategi pemasaran adalah Pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasarannya. Strategi pemasaran berisi strategi spesifik untuk pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran dan besarnya

pengeluaran pemasaran (Mariani dalam Philip Kotler, 2018).

d. Penggunaan Informasi Akuntansi
 Penggunaan informasi adalah proses, cara pembuatan menggunakan dan pemakaian informasi akuntani untuk pengambilan usaha ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan di antara alternatif tindakan Wibowo (2015). Menurut Solikha (2020), penggunaan informasi akuntansi adalah merupakan proses, cara, pembuatan informasi akuntansi untuk pengambilan keputusan ekonomi dalam menentukan pilihan-pilihan di antara alternatif-alternatif.

e. Keberhasilan Usaha

Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan di mana segala aktivitas yang ada di dalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan (Suryana, 2013).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata rata (mean), varian maksimum, minimum, dan standard deviasi (Ghozali,2016).

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Mi n	Max	Mean	Std. Dev
Lokasi Usaha	32 6	4	16	9,83	2,975
Modal Usaha	32 6	4	16	9,15	3,408
Strategi Pemasaran	32 6	4	16	9,13	3,195
Penggunaan Informasi Akuntansi	32 6	4	16	9,45	3,209
Keberhasilan Usaha	32 6	5	16	10,57	2,124
Valid (listwise)	N 32 6				

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan hasil dari perhitungan tabel 2. diatas dapat diketahui bahwa n atau jumlah responden pada setiap variabel, yaitu 326 yang berasal dari sampel pelaku UMKM di Kecamatan Mandau.

Variabel lokasi usaha memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata variabel lokasi usaha sebesar 9,83 dan nilai standar deviasi sebesar 2,975. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan data deskriptif pada variabel lokasi usaha baik karena mean lebih besar dari pada standar deviasi.

Variabel modal usaha memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata variabel modal usaha sebesar 9,15 dan nilai standar deviasi sebesar 3,408. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan data deskriptif pada variabel modal usaha baik karena mean lebih besar dari pada standar deviasi.

Variabel strategi pemasaran memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata variabel strategi pemasaran sebesar 9,13 dan nilai standar deviasi sebesar 3,195. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan data deskriptif pada variabel strategi pemasaran baik karena mean lebih besar dari pada standar deviasi.

Variabel penggunaan informasi akuntansi memiliki nilai minimum sebesar 4 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata variabel modal sebesar 9,45 dan nilai standar deviasi sebesar 3,209. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan data deskriptif pada variabel penggunaan informasi akuntansi baik karena mean lebih besar dari pada standar deviasi.

Variabel keberhasilan usaha memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 16. Nilai rata-rata variabel modal sebesar 10,57, dan nilai standar deviasi sebesar 2,124. Pada hasil tersebut dapat disimpulkan data deskriptif pada variabel keberhasilan usaha baik karena mean lebih besar dari pada standar deviasi.

Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk melihat suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Proses hasil jawaban responden diperoleh dan diproses, setiap item butir pernyataan masing-masing mempunyai nilai r hitung yang akan diperbandingkan dengan nilai r table,

Uji validitas item butir kuesioner lokasi usaha pengolahan data menggunakan SPSS 23 dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	R _{hitung}	R _{table}	Keterangan
X1 pertanyaan 1	0,867	0,108	Valid
X1 pertanyaan 2	0,865	0,108	Valid
X1 pertanyaan 3	0,756	0,108	Valid
X1 pertanyaan 4	0,764	0,108	Valid

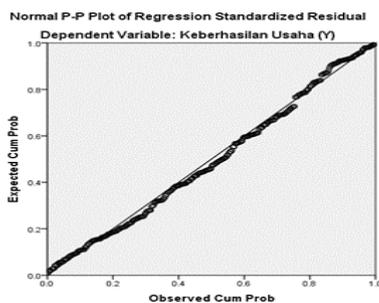
Sumber: Data olahan, 2022

Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo (2005) reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Instrumen penelitian dapat dikatakan andal jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konstan, karena nilai *Cronbach's Alpha* 0,934 lebih besar dari 0,60. Uji Reliabilitas dalam penelitian diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan dalam variabel penelitian menunjukkan seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabilitas sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji Normalitas berfungsi untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Dalam penelitian menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan taraf signifikansi 0.05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0.05. Dari hasil uji normalitas dapat dilihat nilai signifikansi sebesar 0.200 lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diujikan terdistribusi normal. Hasil dari Uji P-Plot dapat di lihat sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas P - Plot
(Sumber : Data Olahan SPSS)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari besaran nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2016). Suatu regresi tidak terjadi multikolinearitas apabila memiliki nilai *tolerance* > 0,10, atau nilai VIF < 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Ket
	Tole	VIF	
1 Lokasi Usaha	0,586	1,708	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Modal Usaha	0,523	1,911	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Strategi Pemasaran	0,649	1,540	Tidak Terjadi Multikolonearitas
Penggunaan Informasi Akuntansi	0,538	1,858	Tidak Terjadi Multikolonearitas

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data olahan, 2022

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan variance (varian) atau tidak dalam nilai

residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No Item	Sig (p)	Nilai	Keterangan
Lokasi Usaha (X1)	0,147	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Modal Usaha (X2)	0,181	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Strategi Pemasaran (X3)	0,401	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Penggunaan Informasi Akuntansi (X4)	0,120	0,05	Tidak Terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data olahan, 2022

Uji Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mencari pengaruh dari dua atau lebih variabel independent (variabel bebas atau x) terhadap variabel dependent (variabel terikat atau Y). Artinya uji regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan UMKM.

Tabel 6. Uji Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				
	UC		S.C	t	Sig.
	B	Std.E	Bta		
Lokasi Usaha	0,137	0,035	0,191	3,910	0,00
Modal Usaha	0,230	0,032	0,369	7,131	0,00
Strategi Pemasaran	0,134	0,031	0,202	4,349	0,00
Penggunaan Informasi Akuntansi	0,094	0,034	0,142	2,792	0,00

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha

Sumber: Data Olahan, 2022

$$Y = 5,010 + 0,137 X1 + 0,230 X2 + 0,134 X3 + 0,094 + e$$

Makna dari persamaan rumus diatas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta keberhasilan usaha (Y) sebesar 5,010 yang menyatakan jika variabel X1,X2,X3,X4 sama dengan nol yaitu lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan penggunaan informasi akuntansi maka keberhasilan usaha adalah 5.010.
- b. Koefisien X1 sebesar 0,137 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X1 (Lokasi usaha) sebesar 1% maka keberhasilan usaha meningkat sebesar 0,137 (13,7%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X1 (Lokasi usaha) sebesar 1% maka keberhasilan usaha menurun sebesar 0,137 (13,7%).
- c. Koefisien X2 sebesar 0,230 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan X2 (Modal usaha) sebesar 1% maka keberhasilan usaha meningkat sebesar 0,230 (23%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X2 (Modal usaha) sebesar 1% maka keberhasilan usaha menurun sebesar 0,230 (23%).
- d. Koefisien X3 sebesar 0,134 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan X3 (Strategi pemasaran) sebesar 1% maka keberhasilan usaha meningkat sebesar 0,134 (13,4%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X3 (Strategi pemasaran) sebesar 1% maka keberhasilan usaha menurun sebesar 0,134 (13,4%).
- e. Koefisien X4 sebesar 0,094 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan X4 (Penggunaan informasi akuntansi) sebesar 1% maka keberhasilan usaha meningkat sebesar 0,094 (9,4%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X4 (Penggunaan informasi akuntansi) sebesar 1% maka keberhasilan usaha menurun sebesar 0,094 (9,4%).

Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Pengujian secara parsial dari masing-masing koefisien regresi yang berarti juga pengujian pengaruh dari masing-masing variable independent (X) yaitu lokasi usaha(X1), modal usaha(X2),

strategi pemasaran(X3) dan penggunaan informasi akuntansi (X4) terhadap variable dependen (Y) yaitu keberhasilan usaha.

Tabel 7. Uji T

No Item	Sig (p)	Nilai	Keterangan
X1	0,000	0,05	Diterima
X2	0,000	0,05	Diterima
X3	0,000	0,05	Diterima
X4	0,006	0,05	Diterima

Sumber: Data Olahan, 2022

Pengujian Bersama-sama (Uji F)

Pengujian bersama-sama yang merupakan pengujian dari keseluruhan variabel independent (X) yaitu lokasi usaha(X1), modal usaha(X2), strategi pemasaran(X3) dan penggunaan informasi akuntansi (X4) terhadap variable dependen (Y) yaitu keberhasilan usaha.

Tabel 8. Uji T

ANOVA ^a				
Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
Regression	806,608	4	98,206	.000 ^b
Residual	659,125	321		
Total	1465,733	325		

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha
 b. Predictors: (Constant), Penggunaan Informasi Akuntansi, Strategi Pemasaran, Modal Usaha, Lokasi Usaha

Sumber: Data Olahan, 2022

PEMBAHASAN

Lokasi Usaha Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kecamatan Mandau, Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,005)$ dengan nilai T_{hitung} sebesar 3,910 yang lebih kecil dari nilai T_{tabel} sebesar 2,242 sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini dikarenakan UMKM di Kecamatan Mandau sudah mengetahui konsep lokasi usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan dilakukan UMKM Kecamatan Mandau dengan ciri-ciri pasar tradisional yang salah satunya adalah homogenitas pedagang

dimana barang yang diperdagangkan di pasar tradisional memiliki banyak bervariasi sehingga mampu memberikan keuntungan besar dan termasuk skala pendapatan tinggi. Kecamatan Mandau memiliki jumlah penduduk lebih kurang 256.108 Jiwa. Hal ini, mampu dalam penerapan usahanya menerapkan poin-poin yang termasuk dalam indikator lokasi usaha, hal ini dapat dilihat dari jumlah pesaing yang tinggi dengan jenis usaha yang beragam di pasar. Sehingga UMKM Kecamatan Mandau mampu menempatkan lokasi usaha yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Selain itu juga, dengan adanya tempat untuk melakukan perluasan usaha yang semakin memperluas peluang usaha untuk meningkatkan UMKM Kecamatan Mandau. Hal ini dikarenakan keberadaan mereka di pasar menempati lokasi teras stand-stand yang belum ada pemilikinya. Pengaruhnya yang signifikan tampak pada jawaban responden tentang volume penjualan yang tergolong tinggi serta indikator tenaga kerja yang sangat luas yang disebabkan oleh banyaknya pelanggan yang sehingga menaikkan omset penjualan dan keberhasilan usaha mereka semakin meningkat. Sumber: Data olahan, 2022

Modal Usaha Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kecamatan Mandau, Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,005)$ dengan nilai T_{hitung} sebesar 7,131 yang lebih kecil dari nilai T_{tabel} sebesar 2,242 sehingga dapat disimpulkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM. Hal ini disebabkan para usaha ini sudah menggunakan modal yang berasal dari lembaga keuangan seperti bank dan koperasi.

Pelaku UMKM Kecamatan Mandau sudah banyak mengandalkan modal baik

itu dari uang tabungan sendiri bahkan dari lembaga keuangan seperti bank dan koperasi. Sehingga hal ini menjadi salah satu penyebab UMKM Kecamatan Mandau berpotensi meningkat dalam memperoleh pendapatan yang tinggi. Hal itu ketika ingin memulai dan mengembangkan usaha harus serta merta memiliki modal yang bersifat finansial. Selain itu juga, pelaku UMKM Kecamatan Bengkalis itu dapat memulai atau mengembangkan usahanya dengan pengetahuan yang mereka punya.

Dengan adanya pengaruh modal usaha dapat memperluas dalam pengembangan usahanya. Mengingat pandangan tentang modal usaha bagi pelaku UMKM di kecamatan Mandau bukan hanya berbentuk uang. Lokasi usaha, sumber daya manusia dan peralatan kerja sebagai indikator modal usaha dipandang sebagai faktor yang dapat mendorong kelangsungan usaha. Oleh karena itu perlu lebih ditingkatkan usaha berkaitan dengan pemahaman mengenai modal usaha bagi sebuah kegiatan usaha. Selain itu, hasil ini memberi peluang penelitian berikutnya untuk menelaah kembali dengan pendekatan yang berbeda.

Strategi Pemasaran Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kecamatan Mandau, Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < (0,005)$ dengan nilai T_{hitung} sebesar 4,349 yang lebih besar dari nilai T_{tabel} sebesar 2,242 sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Artinya semakin baik strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM di Kecamatan Mandau, maka laba atau keberhasilan usaha yang diperoleh pengusaha tersebut akan semakin besar.

Strategi yang di gunakan dalam mencapai keberhasilan UMKM di Kecamatan Mandau itu tidak terlepas dari strategi yang dijalankan dengan baik dan konsisten yang di lakukan oleh pelaku

usahanya. Strategi pemasaran dari pelaku UMKM Kecamatan Mandau yang meliputi produk, harga, promosi dan lokasi mampu meningkatkan kinerja usahanya. Tanpa strategi yang baik keberhasilan usaha di Kecamatan akan sulit dicapai. Pencapaian tujuan usaha yakni keberhasilan usaha perlu adanya strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang dimiliki oleh suatu perusahaan sebagai pedoman bagi kegiatan-kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar maupun kecil. Sama halnya yang dilakukan para pelaku UMKM di Kecamatan Mandau. Apabila dalam suatu bisnis pelaku usaha tidak adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Tetapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang tahu tentang produk usaha bisnis pelaku usaha Kecamatan Mandau itu sendiri, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk pelaku usaha Kecamatan Mandau yang memiliki kualitas dan nilai inovatif, dan keunikan.

Penggunaan Informasi Akuntansi Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kecamatan Mandau, Hal ini dapat diketahui dari nilai signifikansi sebesar $0,006 < (0,005)$ dengan nilai T_{hitung} sebesar 2,792 yang lebih kecil dari nilai T_{tabel} sebesar 2,242 sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM. Para pelaku UMKM Kecamatan Mandau cukup baik dan benar dalam penggunaan informasi akuntansi khususnya dalam pencatatan laporan keuangan

menurut standar akuntansi karena faktor pendidikan yang luas yang membuat pelaku UMKM Kecamatan Mandau memperoleh keuntungan besar.

Beberapa UMKM Kecamatan Mandau juga melakukan pengembangan usaha di tempat yang berbeda sehingga mereka berhasil dalam penggunaan informasi akutansinya ditempat yang berbeda juga. Hasil analisis data kuesioner menunjukkan penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Hal ini disebabkan adanya beberapa hal yang sesuai dengan fakta di lapangan diantaranya modal menurun, omset menurun, dan daya beli menurun, Hal ini tentunya sangat berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Namun itu semua bisa ditanggulangi oleh para pelaku UMKM Kecamatan Mandau dengan pengetahuan yang cukup luas tentang informasi akuntansi sehingga mereka mampu untuk menutupi resiko yang bakal terjadi kedepannya. Kenyataan di lapangan hasil dari kuesioner sesuai kajian teori. Apa lagi di era pandemi ini yang penting usaha maju, modal minimum, dan berjalan kontinyu, tanpa berfikir penggunaan informasi akuntansi.

Lokasi Usaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Penggunaan Informasi Akuntansi secara Simultan Berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan penggunaan informasi akuntansi secara simultan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kecamatan Mandau. Hal ini dapat diketahui dari nilai Sig. adalah sebesar 0,000. Artinya nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk nilai F_{hitung} sebesar 98,206. Artinya nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu 2,242.

Banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pada pengusaha baik yang berasal dari internal maupun

eksternal. Faktor internal lebih banyak berasal dari pengusaha itu sendiri diantaranya adalah : latar belakang pendidikan, usia, pengalaman, efikasi diri, motivasi dan masalah internal lainnya. Faktor eksternal dihadapkan kepada permasalahan diluar organisasi diantaranya: lingkungan, peluang, persaingan, sistem informasi global dan masalah eksternal lainnya, (Bongsu,H.R, dkk. 2010).

5. Kesimpulan, Keterbatasan dan Saran Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukkan lokasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha,
2. Hasil pengujian pada hipotesis kedua menunjukkan modal usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
3. Hasil pengujian pada hipotesis ketiga menunjukkan strategi pemasaran berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
4. Hasil pengujian pada hipotesis keempat menunjukkan penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.
5. Hasil pengujian pada hipotesis kelima menunjukkan lokasi usaha, modal usaha, strategi pemasaran dan penggunaan informasi akuntansi berpengaruh secara simultan terhadap keberhasilan usaha.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam penelitian ini memiliki sedikit kendala di waktu pengisian kuisisioner yang saya tujukan kepadaUMKM di Kecamatan Mandau karna dalam penyebaran kuesioner terhadap pelaku umkm tersebut masih dalam masa covid sehingga dan Dampak dari penelitian yang saya lakukan mundur dari target yang sudah saya tentukan.

Saran

Berdasarkan keterbatasan sebelumnya, maka saran penelitian ini untuk penelitian berikutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya agar dapat menambahkan variabel independen penelitian, agar dapat mengetahui adanya variabel lain seperti kualitas produk variabel yang mempengaruhi perkembangan UMKM.
2. Penelitian berikutnya memperluas objek penelitian, sehingga hasil penelitian dapat
3. digeneralisasikan kepada seluruh perkembangan UMK

Daftar Pustaka

- Aufar, Arizali. 2014. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei Pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung).
- Arlinto, T. (2014). Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan UMKM (Studi Kasus Pada Industri Konveksi Desa Padurenan Kecamatan Gebog Kabupaten Kudus). *Journal UKSW*, 2014.
- Bambang Rianto. 2011, Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat,Cetakan Ketujuh, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Bongsu,H.R, dkk. 2010. Kewirausahaan. USU Press, Medan 2010.
- David, Fred R. 2006. "Manajemen Strategi". Jakarta.
- Ghozali., I. (2016). "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23 (P. P. H. (Ed.) (Ed.); Delapan)". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., Armstrong. 2008. "Prinsip-prinsip Pemasaran".
- Purwanti, E. 2012. "Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM Di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. Among Makarti".

- Renderdan. 2001. “Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi (Jakarta: Salemba Empat”.
- UU No. No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, definisi usaha mikro, kecil dan menengah
- Wibowo, Alex., dan Kurniawati, E. P. 2015. “Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Sentra Konveksi Di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga)”.