

**PENGARUH PEMAHAMAN AKUNTANSI, MODAL USAHA,
KREATIVITAS, DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Oleh :

Anisa Maratus Solikha

NPM. 21901082159



PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

**PENGARUH PEMAHAMAN AKUNTANSI, MODAL USAHA,
KREATIVITAS DAN PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Oleh :

Anisa Maratus Solikha

NPM. 21901082159



PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

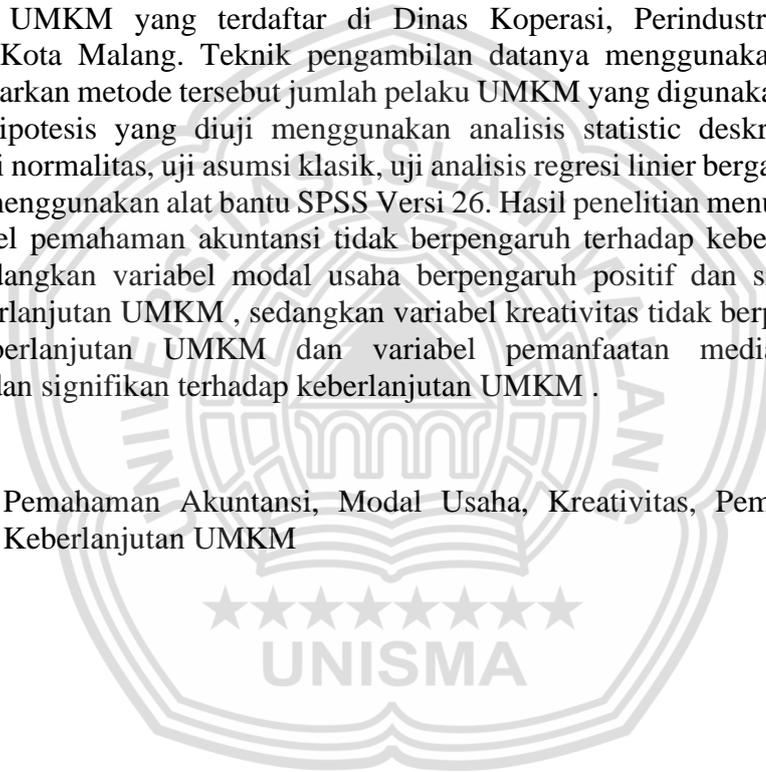
UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial, sedangkan variabel dependennya adalah keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena data yang digunakan berupa angka dan bilangan. Sumber data pada penelitian ini adalah data primer dengan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang terdaftar di Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Malang. Teknik pengambilan datanya menggunakan rumus *slovin*. Berdasarkan metode tersebut jumlah pelaku UMKM yang digunakan ada 90 responden. Hipotesis yang diuji menggunakan analisis statistik deskriptif, uji instrument, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis menggunakan alat bantu SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemahaman akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM, sedangkan variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, sedangkan variabel kreativitas tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM dan variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM.

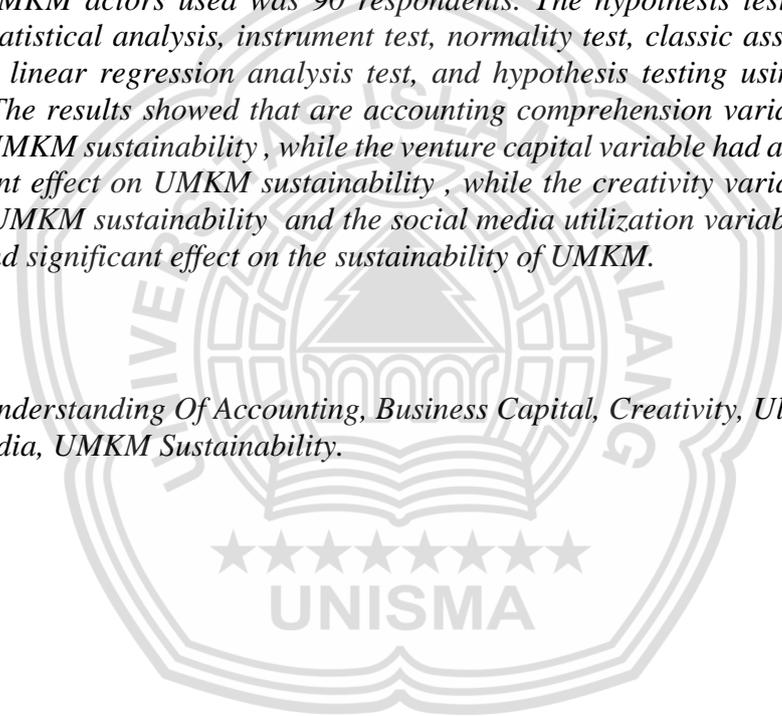
Kata Kunci: Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, Pemanfaatan Media Sosial, Keberlanjutan UMKM



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of understanding accounting, business capital, creativity, and the use of social media on the sustainability of UMKM in the Malang city. The independent variables in this study are understanding of accounting, business capital, creativity, and the use of social media, while the dependent variable is the sustainability of UMKM in Malang City. This type of research is quantitative research, because the data used is in the form of numbers and numbers. Source of data in this study is primary data with data collection method using a questionnaire. The population in this study are UMKM actors who registered at the Office of Cooperatives, Industry and Trade in Malang City. The data collection technique uses the slovin formula. Based on this method, the number of UMKM actors used was 90 respondents. The hypothesis tested used descriptive statistical analysis, instrument test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression analysis test, and hypothesis testing using SPSS Version 26. The results showed that are accounting comprehension variable had no effect on UMKM sustainability, while the venture capital variable had a positive and significant effect on UMKM sustainability, while the creativity variable had no effect on UMKM sustainability and the social media utilization variable has a significant and significant effect on the sustainability of UMKM.

Keywords: Understanding Of Accounting, Business Capital, Creativity, Utilization Of Social Media, UMKM Sustainability.



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis sektor usaha yang dijalankan oleh orang atau badan usaha yang berperan penting dalam penyebaran kesejahteraan masyarakat. UMKM juga dapat berfungsi sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dengan membantu menciptakan lapangan kerja, yang membantu memerangi kemiskinan dan pengangguran. Data tahun 2018 dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menunjukkan bahwa terdapat UMKM berjumlah 64,2 juta atau 99,99% pelaku usaha di Indonesia. 117 juta tenaga kerja, atau 97% dari seluruh tenaga di dunia usaha, dapat diserap oleh para pekerja UMKM. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, sedangkan pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya 5.550 atau 0,01% dari seluruh pelaku usaha, sisanya sebesar 38,9%. Pelaku usaha mikro menyumbang 98,68% dari UMKM ini dan mempekerjakan sekitar 89% tenaga kerja. Namun, kontribusi PDB usaha mikro hanya sekitar 37,8% (kemenkeu.go.id 2020).

Sebagai akibat dari melimpahnya UMKM dan kesempatan kerja, Indonesia memiliki potensi fondasi ekonomi nasional yang kokoh. Golongan usaha mikro harus ditingkatkan menjadi usaha menengah oleh pemerintah dan pelaku usaha. Basis bisnis ini juga menunjukkan ketahanan dalam menghadapi krisis ekonomi. Di seluruh dunia, khususnya Indonesia dan negara-negara ASEAN sekitarnya, pemulihan dipicu oleh meredahnya pandemic Covid-19. Kepala

dinas Komunikasi dan Informatika Kota Malang Muhammad Nur Widiyanto, S.Sos mengatakan, Kota Malang merupakan bagian dari Indonesia, dimana perkembangan pesat di Kota Malang tentu akan berdampak pada negara bahkan mancanegara. Oleh karena itu, berbagai tindakan masih dilakukan untuk mencoba menstabilkan perekonomian warga. Kota Malang juga mengalami kesulitan pulih dari pandemi. Namun, dengan memperluas sumberdaya manusia seperti pariwisata, UMKM, dan layanan publik. Tentunya kita harus memperkuat jejaring, khususnya UMKM dengan industry digital, untuk mengembangkan system manajemen yang baik. Akses pembiayaan, rangkaian inisiatif untuk mendukung pemulihan ekonomi, penguatan ekosistem dan kapasitas UMKM *onboarding digital* dan pasar rakyat, kapasitas sumberdaya manusia untuk mendukung penciptaan lapangan kerja, serta pentingnya UMKM dalam menyediakan barang dan jasa kepada pemerintah. Berbagai program Pemkot Malang untuk membangkitkan ekonomi masih terus digaungkan. Penguatan UMKM *onboarding digital* yang dilakukan, diantaranya penyediaan permodalan melalui program OJIR (Ojo Percoyo Karo Rentenir), mengadakan penguatan kapasitas, pembangunan infrastruktur, penguatan jaringan kemitraan, bantuan pemasaran digital, bantuan sarana perlindungan usaha, dan tentunya penguatan sinergi UMKM Kota Malang melalui berbagai event yang melibatkan UMKM dan industri kreatif, semuanya dilakukan untuk memperkuat *digital onboarding* UMKM (malangkota.co.id, 2022)

Eko Sri Yuliadi, Kepala Diskoperindag Kota Malang mengatakan, sektor UMKM perlu diperkuat karena merupakan penggerak utama perekonomian. menurut informasi yang diberikan BPS Kota Malang, terdapat 10.904 tempat usaha dan perdagangan di Kota Malang pada tahun 2018-2020. Jumlah ini terus meningkat dari tahun-tahun sebelumnya. Keberadaan toko dan pedagang ini menunjukkan adanya pelaku UMKM. karena berkorelasi terbalik dengan produksi, pertumbuhan tahunan dianggap positif. Pemkot Malang telah mengisyaratkan bahwa salah satu prioritasnya pada tahun 2023 adalah penguatan ekonomi, menurut Diah Ayu Kusuma Dewi, Asisten II Bidang Ekonomi Pembangunan Setda Kota Malang. Pemerintah Kota Malang akan melakukan sejumlah Tindakan untuk meningkatkan perekonomian (suryamalang.com 2023)

Sejumlah factor seperti pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial berdampak pada kemampuan bisnis UMKM untuk berkelanjutan. Keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh pemahaman akuntansi, khususnya dengan mengetahui cara membaca laporan keuangan suatu perusahaan. Namun dalam praktiknya, UMKM masih kesulitan untuk menerapkan dan menggunakan informasi keuangan dalam mengelola laporan keuangan perusahaannya. Memahami laporan keuangan yang baik dapat membantu ekonomi masyarakat berkembang terlepas dari keadaan mereka, dan juga dapat membantu pemulihan ekonomi dan pelaku usaha mendapatkan dukungan keuangan yang lancar. Laporan keuangan ini dimaksudkan untuk memberikan informasi kepada pengguna laporan keuangan tentang posisi

keuangan, hasil operasi, dan arus kas berbagai bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Rini (2016) yang menemukan bahwa kemampuan UMKM dalam menginterpretasikan informasi akuntansi sangat menentukan kinerjanya.

Dalam melakukan perbaikan dan keberlanjutan suatu bisnis, baik bisnis berskala kecil, menengah, atau besar, modal merupakan komponen yang sangat penting. Dana yang digunakan untuk memproduksi barang tambahan disebut sebagai modal. Semua operasi bisnis membutuhkan uang (modal), yang mencakup pinjaman dan keuangan pribadi (Nizar, 2018). Selain itu, inisiatif yang disengaja untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang pengelolaan dan tanggung jawab keuangan harus dilakukan demi menjaga keberlanjutan usaha. Mempelajari cara mengelola pendapatan, pengeluaran, dan tabungan dengan aman adalah kunci untuk menguasai jenis modal tertentu yang dikenal sebagai *financial knowledge* (Sari, 2019) dalam (Ferdiansyah et al., 2021).

Problematika UMKM yang saat ini terjadi adalah permasalahan dalam bentuk modal usaha untuk perkembangan UMKM. pendanaan yang tidak memadai untuk suatu bisnis dapat menyebabkan masalah yang menghambat kemampuan UMKM untuk berinovasi dan berkembang. UMKM juga akan menghadapi tantangan pemasaran sebagai akibat dari kekurangan uang, terutama terkait dengan identifikasi pasar, harga, negosiasi, distribusi, dan penjualan (Lincoln arsyad, 2003). Di sisi lain, UMKM yang modal nya kecil umumnya tidak dapat mempromosikan produknya melalui media massa, karena volume pendapatan yang ak mampu menutupi biaya promosi. UMKM hanya

mampu bertahan di pangsa pasar yang minim dan akibatnya para pelaku umkm tidak bisa menaikkan jumlah penjualannya untuk mencapai omzet yang lebih tinggi (Hartono & Hartomo, 2016).

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keberlangsungan suatu usaha dalam meningkatkan kinerja pemasaran yaitu faktor kreativitas terhadap suatu produk. Hal ini perlu dilakukan karena kegiatan bisnis membutuhkan banyak individu yang kreatif dan mudah beradaptasi. Faktor yang mempengaruhi kreativitas seorang pelaku usaha adalah suasana yang mendukung berfikir kreatif seperti bersikap terbuka, waktu berpikir dan mengembangkan ide kreatif, suasana yang hangat dan memberikan rasa aman dan kebebasan berfikir (*eksploratif*) (Safitri et al, 2021). Karena kemampuan kreativitas dapat menjadi pendorong keberhasilan suatu usaha untuk menghadapi persaingan, pelaku usaha harus memperhatikan kemampuan kreativitas dalam menciptakan suatu produk yang menarik sebagai upaya meningkatkan kinerja pemasaran, jika kemampuan kreativitas itu baik maka tujuan suatu usaha akan mudah untuk dicapai.

Di masa sekarang ini dengan berkembangnya teknologi dan komunikasi yang semakin maju, pelaku usaha menjadikan media sosial sebagai pilihan utama untuk pemasaran dalam menyampaikan informasi. Media sosial memiliki banyak potensi untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis, yang merupakan salah satu manfaatnya. Hebatnya, layanan media sosial biasanya berhasil merebut pangsa pasar yang tepat di Indonesia, karena masyarakat Indonesia memiliki minat yang kuat terhadapnya. Platform media sosial baru

selalu dikembangkan. Media sosial juga digunakan untuk meningkatkan promosi produk dan layanan, memfasilitasi kolaborasi perusahaan, sarana kontak antara pemasok dan pelanggan, meningkatkan loyalitas konsumen pada brand yang dimiliki. Beberapa media sosial yang sedang *booming* saat ini antara lain *Instagram*, *youtube*, dan *tiktok*. Setiap orang pasti menggunakan media sosial untuk berbagai alasan. Sekedar untuk mencari tahu hal yang saat ini sedang berkembang, untuk melakukan komunikasi dengan orang lain, untuk berbagai informasi maupun mengikuti budaya populer yaitu penggunaan media sosial sebagai sarana eksistensi diri (Winarti, 2021).

Penelitian ini penting dilakukan mengingat banyak pedagang yang gulung tikar pasca wabah Covid-19 karena tidak mampu mempertahankan kelangsungan usahanya, sesuai dengan fenomena dan sejumlah kajian sebelumnya. Mayoritas pelaku UMKM hanya memandang tingkat penjualannya sebagai “patokan” kesuksesan perusahaannya, pelaku UMKM hanya paham bahwa jika banyak barang yang dijual maka keuntungan yang didapat juga banyak, mereka tidak tahu berapa untung mereka, berapa rugi yang mereka tanggung. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial, kreativitas, modal usaha, dan pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan UMKM. Kajian ini mengacu pada kajian Faradillah (2022) perbedaannya adalah penambahan variabel kreativitas. Penambahan variabel kreativitas ini bertujuan untuk pelaku UMKM dapat meningkatkan kualitas produk maupun jasa sehingga dapat memberikan nilai tambah dan daya saing yang kuat agar

bisnis tetap berlanjut. Selain itu penelitian sebelumnya dilakukan saat pandemi Covid-19 pada pelaku UMKM yang ada di kota Batu. Sedangkan penelitian ini dilakukan pasca Covid-19 pada pelaku UMKM di Kota Malang. Kota Malang ini merupakan kota Pendidikan. Karena Malang memiliki berbagai macam Lembaga Pendidikan berkualitas tinggi. Malang menawarkan peluang bagus bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka karena udaranya yang bersih, biaya hidup yang rendah, dan suasana yang tenang..

Peneliti menjadi tertarik dengan topik “Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Malang” sebagai akibat dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan Umkm Di Kota Malang ?
2. Bagaimana Pengaruh Pemahaman Akuntansi Terhadap Keberlanjutan Umkm Di Kota Malang?
3. Bagaimana Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Umkm Di Kota Malang ?
4. Bagaimana Pengaruh Kreativitas Terhadap Keberlanjutan Umkm Di Kota Malang ?
5. Bagaimana Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan Umkm Di Kota Malang ?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman akuntansi terhadap keberlanjutan UMKM Di Kecamatan Lowokwaru Malang.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan UMKM Di Kota Malang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberlanjutan UMKM Di Kota Malang.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM Di Kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini dapat menambah pengalaman dan pengetahuan baru serta hasil peneliti diharapkan dapat menjadi masukan untuk mengembangkan ilmu bagi peneliti lainnya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, sumber data, dan referensi untuk penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lebih lanjut dalam materi lain untuk meningkatkan

kualitas pembelajaran, khususnya tentang pengaruh pengetahuan akuntansi, modal usaha, kreativitas dan pemanfaatan social media terhadap keberlanjutan pelaku UMKM.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi wadah bagi para akademisi untuk memajukan pengetahuan akuntansi mereka terkait dengan pengaruh pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan pelaku UMKM.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi pelaku UMKM di Kota Malang

Sebagai bantuan data dalam meningkatkan keberlangsungan usaha yang dipengaruhi oleh aspek pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan arahan atau pertimbangan bagi para pelaku UMKM.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel pemahamn akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Untuk menarik kesimpulan berikut dari hasil pengujian menggunakan model regresi linier berganda :

1. Hasil dari penelitian ini secara bersama-sama dimana keempat variabel independen yaitu pemahaman akuntansi. Modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial dapat mempengaruhi secara simultan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.
2. Variabel pemahaman akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.
3. Variabel modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.
4. Variabel kreativitas tidak berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.
5. Variabel pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang.

5.2 Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan penelitian dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Data penelitian yang berasal dari responden yang disampaikan secara langsung dan tidak langsung melalui google form dengan bentuk kuisisioner mungkin tidak mencerminkan keadaan yang akurat.
2. Penelitian ini tidak homogen, yang artinya penelitian ini tidak terbatas pada satu jenis bidang usaha saja, jika penelitian ini dilakukan khusus satu jenis bidang usaha mungkin akan mendapatkan hasil yang akurat karena setiap bidang usaha pasti tidak semua sama-sama memiliki kelebihan ataupun kekurangan yang sama.
3. Karena peneliti hanya menggunakan variabel pemahaman akuntansi, modal usaha, kreativitas, dan pemanfaatan media sosial sebagai variabel independen dan keberlanjutan UMKM di Kota Malang sebagai variabel dependen, adjusted R Square hanya memiliki nilai 23,9%.
4. Keterbatasan pada variabel pemahaman akuntansi dan kreativitas yang tidak dapat menjelaskan dampak langsung terhadap variabel keberlanjutan bisnis.

5.3 Saran

Berdasarkan Kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka penulis memberikan saran antara lain :

1. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan teknik lain selain kuisisioner, seperti wawancara dalam mengumpulkan data mengenai Keberlanjutan UMKM, sehingga jawaban yang diperoleh dari responden mengenai pertanyaan yang diajukan selama penelitian dapat lebih akurat.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya, untuk lebih spesifik dalam memilih objek penelitian, sehingga dapat diketahui dengan jelas apa saja factor keberlanjutan UMKM dibidang tertentu. Karena tidak menutup kemungkinan bidang usaha tertentu akan berlaku juga untuk bidang usaha lainnya. Misalnya, penelitian yang hanya dilakukan di bidang kuliner, pertanian, kosmetik, atau fashion.
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya menambahkan atau mengganti faktor-faktor lain yang berpotensi mempengaruhi keberlanjutan UMKM sehingga dapat memperluas kajian penelitian dibidang keberlanjutan UMKM seperti, kualitas produk, dukungan pemberdayaan UMKM, dan kondisi lingkungan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. *Journal of Management and Business*, 40–55.
- Azzahra, C. I., Suyanto, S., & Darmayanti, E. F. (2021). Pengaruh Kreativitas, Modal Usaha, Diversifikasi Produk Dan Kebijakan Pemerintah Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm (Studi Pada Umkm Bidang Perdagangan Di Kelurahan Iringmulyo Kota Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 104–112. <https://doi.org/10.24127/akuntansi.v2i1.903>
- Ely Suhayati, S. D. A. (2009). *Akuntansi Keuangan, Edisi Pertama*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Fauzi, N. A. (n.d.). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan.
- Ferdiansyah, A., Bukhari, E., Studi Manajemen, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Bhayangkara Jakarta Raya, U., & Raya, J. (2021). Pengaruh Modal, Financial Knowledge, Teknologi Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Fashion Di Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (JIAM)*, 17(2).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS.
- Hadi, M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM di Kabupaten Sragen. (*Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta*).
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(1), 15. <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Jodi Andriansyah, R., Sudaryanti, D., & Fauzi Kartika Sari, A. (n.d.). *04 Februari 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang 51* (Vol. 11).
- Jusup, A. H. (2012). *Dasar - dasar Akuntansi Jilid 1*.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (n.d.). <https://www.kemdikbud.go.id/>
- Lathifah, Z., Lubis, D. P., Manusia, F. E., Pertanian Bogor, I., Departemen, D., Komunikasi, S., & Masyarakat, P. (n.d.). *Jurnal Komunikasi Pembangunan eISSN 2442-4102 Bulan Februari* (Vol. 16, Issue 1).
- Lohanda, D., & Mustikawati, R. I. (2018). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pemahaman Akuntansi, Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan terhadap Pelaporan Keuangan UMKM. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(6).
- malangkota.co.id. (2022). *kontribusi kota malang dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi*. <https://malangkota.go.id/2022/05/31/kontribusi-kota-malang-dalam-pemulihan-ekonomi-pascapandemi/>

- Pemkot Malang Upayakan Sektor UMKM Naik Kelas. (2023). <https://suryamalang.tribunnews.com/2023/01/23/pemkot-malang-upayakan-sektor-umkm-naik-kelas>
- Penggunaan, A., Sosial, M., Perekrutan, D., Didik, P., Smp, D., Darussalam, P., Tegalsari, B., Nasih, B. M., Ghozaly, A. H., & Nasih, M. (2021). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Dididk Baru Di Smp Plus Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, 270(2), 270–291.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common /* (Vol. 3).
- Putri, K., Pradhanawati, A., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh karakteristik kewirausahaan, modal usaha dan peran business development service terhadap pengembangan usaha (studi pada sentra industri kerupuk desa kedungrejo sidoarjo jawa timur). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(3), 313–322.
- Rahayu, A. Y., & Musdholifa, M. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(7), 1–7.
- Rini, A. D., & Laturette, K. (2019). Relevansi Sikap Berakuntansi Pelaku UMKM Muda dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha. 199–206.
- Saputra, R. D. (2021). Analisis Pengaruh Modal Dan Upah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Umkm Oleh-Oleh Di Kota Malang. %09
- Siregar, I. F., Rasyad, R., & Onasis, D. (2021). Pengaruh Pemahaman Ilmu Akuntansi Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Bisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Menengah Muda Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 1(4), 47–56.
- Tasidjawa, S., Amin, M., & Affifudin. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal E-JRA*, 10(13), 1–11.
- Wahab Sya'roni, D. A., & Sudirham, J. J. (n.d.). Kreativitas dan inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil.
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19.
- Zakiyah Faradillah, W. (n.d.). 03 Februari 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang 68 (Vol. 11).