

PENGARUH MODAL USAHA, LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN *SOCIAL COMMERCE* TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA PEDAGANG PAKAIAN DI KECAMATAN KOTA LAMA

The Effect Of Business Capital, Financial Literacy And The Use Of Social Commerce On The Sustainability Of Clothing Traders In Kota Lama District

Zahrah Sabirah^{1,a)}, Petrus Emanuel de Rozari^{2,b)}, Yuri Sandra Fa'ah^{3,c)}, Wehelmina. M. Ndoen^{4,d)}

^{1,2,3,4)}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia

Koresponden : ^{a)} Sabirahzahrah10@gmail.com, ^{b)} petrus.rozari@staf.undana.ac.id,

^{c)} yurifaah@staf.undana.ac.id, ^{d)} wehelmina.ndoen@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan dan Penggunaan Social Commerce terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah survey yang dimana digunakan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan kuesioner atau angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder kemudian data diolah menggunakan SPSS IBM V.25. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif asosiatif. Hasil uji T menunjukan bahwa Modal Usaha, Literasi Keuangan dan Penggunaan Social Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama. Selanjutnya hasil uji F menunjukan bahwa secara simultan Modal Usaha, Literasi Keuangan dan Penggunaan Social Commerce secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama

Kata Kunci : Keberlanjutan Usaha, Modal Usaha, Literasi Keuangan, *Social Commerce*

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia saat ini didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM ialah salah satu golongan usaha yang dapat bertahan ketika adanya krisis ekonomi yang melanda perekonomian di Indonesia (Gede et al., 2025). UMKM juga dapat berfungsi sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia dengan membantu menciptakan lapangan kerja, yang membantu memerangi kemiskinan dan pengangguran (Solikha et al., 2023). Adapun UMKM memiliki beberapa kontribusi terhadap Indonesia, yaitu terciptanya peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, investasi nasional, penciptaan devisa nasional, dan penyerapan tenaga kerja (Gede et al., 2025). Berdasarkan data Kementerian Keuangan Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi nasional (kemenkeu.go.id, 2024). Di antara jenis UMKM, Ekonomi

Kreatif (Ekraf) adalah salah satu sektor yang diandalkan dapat menjadi kekuatan ekonomi nasional baru dan berkelanjutan, serta mengutamakan nilai tambah barang melalui pemikiran dan daya kreatif manusia. Namun, pandemi covid-19 menyebabkan 63,9% dari UMKM, berdampak mengalami penurunan omset lebih dari 30%. Adapun yang mengalami peningkatan omset hanya 3,8% (Gede et al., 2025). Walaupun UMKM mempunyai peran yang strategis, meningkatkan kinerja UMKM bukan sesuatu yang mudah dilakukan. Kesulitan mengukur kinerja ialah salah satu hambatan bagi pelaku UMKM dalam mengevaluasi kinerjanya. Penyebabnya, karena pelaku UMKM mayoritas lebih berfokus pada kegiatan operasionalnya tanpa memperhatikan faktor-faktor lain yang berdampak pada usahanya (Bado et al., 2023). Keberlanjutan usaha menjadi isu penting dalam perkembangan UMKM. Banyak UMKM tidak mampu bertahan lebih dari 5 tahun karena keterbatasan modal, rendahnya literasi keuangan, dan adaptasi teknologi yang kurang (Afriyani et al., 2024).

Menurut Tasya et al., (2023) Keberlanjutan usaha menjadi isu penting yang mencerminkan kemampuan suatu usaha untuk bertahan, berkembang, dan beradaptasi terhadap berbagai tantangan. Keberlanjutan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan peristiwa yang sedang berlangsung saat ini yang dapat dilanjutkan tanpa batas waktu dengan proses aktif apa pun yang sedang digunakan (Alexandro et al., 2025). Keberlanjutan usaha berarti usaha tersebut tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan berkembang dalam jangka panjang (Kusuma et al., 2022). Keberlangsungan usaha didukung oleh beberapa faktor penyebab bisnis menjadi kuat dan mampu bertahan. Salah satu faktor yang dapat mendukung keberlanjutan suatu usaha adalah adanya dukungan moda usaha (Kadek Windayani Purnama Dewi & Nyoman Trisna Herawati, 2023). Modal adalah sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi perusahaan mulai dari awal berdiri sampai beroperasi (Gede et al., 2025). Modal usaha selama ini di pahami oleh para pelaku UMKM selalu identik berupa uang saja. Pendekatan ini memberikan gambaran bahwa terdapat modal usaha lain yang belum diperhatikan yaitu aktiva seperti mesin, kendaraan, bangunan, pabrik, bahan baku dan banyak lagi yang lain untuk menjalankan operasi usahanya. Hal ini memberikan gambaran pentingnya memaksimalkan peran dari modal usaha yang dimiliki untuk menjaga kelangsungan usaha (Junedi & Dwi Arumsari, 2021). Literasi keuangan menjadi penentu utama dalam menjaga keberlangsungan usaha (Tasya et al., 2023).

Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan daya tahan usaha sekaligus melindungi pelaku usaha dari risiko keuangan yang tidak diinginkan (Tasya et al., 2023). Dengan literasi keuangan yang baik, pelaku UMKM dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan pendanaan usaha, meminimalkan risiko keuangan, serta memanfaatkan peluang yang tersedia untuk meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis. Kurangnya literasi keuangan di kalangan pelaku UMKM sering kali menjadi hambatan bagi mereka dalam mengakses pembiayaan formal atau mengelola keuangan secara efisien. Banyak UMKM yang belum memahami cara membuat laporan keuangan yang rapi, atau bagaimana menggunakan pinjaman untuk mendukung pertumbuhan usaha secara produktif. menemukan bahwa pemilik UMKM dengan literasi keuangan yang baik lebih mampu membuat keputusan finansial yang efektif dan mengelola risiko dengan lebih baik (Asmara et al., 2025). Faktor selanjutnya adalah *social commerce*. Media sosial mampu menjadi wadah penjualan sekaligus pemasaran bagi pemilik UMKM untuk memperluas area dagangnya.

Terlebih sekarang ini kita berada pada era digitalisasi tepatnya revolusi industri 4.0 dimana segala macam aktivitas sekarang dominan diakses menggunakan internet dan diwadahi oleh media sosial. Tentunya sebagian besar sekarang ini masyarakat menghabiskan waktunya dalam dunia media sosial sehingga pemanfaatan media sosial wajib dikuasai dan dioptimalkan oleh pemilik UMKM. Pesatnya perkembangan teknologi, dunia digital dan internet sangat bersangkutan pada dunia pemasaran (Afriyani et al., 2024). Pemasaran media sosial dipengaruhi oleh pemanfaatan, kemudahan penggunaan, dan biaya. UMKM melihat peluang dalam penggunaan pemasaran media sosial untuk produktivitas yang lebih baik dan peningkatan kinerja UMKM (Irdawati & Nurlia, 2025). Banyaknya pengguna media sosial pada kalangan milenial Indonesia menunjukkan bahwa semakin banyak testimoni positif yang terdapat pada media sosial akan semakin tinggi juga minat konsumen dalam membeli suatu produk atau layanan. Keberlanjutan sudah timbul menjadi berita utama bagi organisasi dunia serta lokal. Jejaring sosial telah banyak digunakan oleh bisnis. rute utama untuk komunikasi internal dan eksternal UMKM untuk kelangsungan hidup jangka panjang (Afriyani et al., 2024).

Kecamatan Kota Lama merupakan salah satu pusat perdagangan dan aktivitas UMKM di Kota Kupang, dengan dominasi usaha sektor fashion (pakaian jadi). Jenis usaha fashion merupakan usaha yang sangat potensial dan produk yang diperjualkan akan selalu dicari oleh banyak orang karena pakaian adalah kebutuhan sandang bagi manusia dan pada jaman sekarang manusia punya banyak keinginan untuk model pakaian yang dikenakan (Gede et al., 2025). Dalam perkembangannya, terdapat fenomena dimana usaha kecil memiliki lebih banyak kesulitan untuk mendapatkan akses finansial dari lembaga keuangan dan keterbatasan pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi. Hal ini dikarenakan berbagai faktor, baik dari sisi lemahnya permodalan, tidak menerapkan sistem pengelolaan keuangan yang baik sesuai dengan standar sistem keuangan akuntansi, masih lemahnya pengetahuan akan teknologi, dan kurangnya inovasi atau pemasaran (Gede et al., 2025). Banyak pedagang pakaian di Kecamatan Kota Lama masih mengandalkan modal pribadi dan kesulitan mengakses pembiayaan eksternal. Selain itu literasi keuangan yang rendah menyebabkan sebagian pelaku usaha tidak memiliki pembukuan yang rapi dan sulit membedakan antara keuangan usaha dan pribadi. Pedagang pakaian di Kecamatan Kota Lama masih ada yang memiliki literasi keuangan yang kurang baik hal tersebut dibuktikan dengan masih banyaknya pelaku UMKM yang masih menggabungkan uang pribadi dengan uang usahanya (Ayu & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi, 2022). Meskipun memiliki akses ke media sosial, sebagian besar pedagang belum sepenuhnya mengoptimalkan *social commerce* untuk memperluas pasar. Minimnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pelatihan teknologi, serta kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran online menyebabkan banyak pelaku usaha, khususnya pada kategori usaha mikro, belum mampu bersaing di era digital (Afriyani et al., 2024). Hal ini berdampak pada rendahnya keberlanjutan usaha, karena mereka hanya mengandalkan penjualan secara konvensional di tengah persaingan yang semakin ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke belanja online melalui media sosial. Akibatnya, keberlanjutan usaha masih menjadi tantangan, terutama dalam menghadapi persaingan dari toko modern dan tren belanja online (Anggraini & Nawawi, 2022).

KAJIAN TEORI

Resource-Based View Theory (RBV)

Resource Based View Theory (RBV) merupakan sebuah kerangka kerja manajerial perusahaan yang dirancang untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan cara memanfaatkan sumber daya strategis yang dimiliki oleh perusahaan (Ghozali, 2020). Teori RBV dianggap relevan untuk menjelaskan berbagai keterkaitan antar variabel terhadap keberlanjutan usaha yang mana teori ini merupakan strategi atau cara untuk mempertahankan atau mengembangkan sumber daya.

UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi (Tambunan, 2012). UMKM di Indonesia di definisikan melalui Undang-Undang No. 20 Tahun 2008. Definisi UMKM dalam undang-undang tersebut dijelaskan sebagai sebuah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

Keberlanjutan Usaha

Sustainable usaha diartikan sebagai usaha yang berkelanjutan merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan usaha dan meningkatkan suatu nilai yang berjangka panjang bagi pemilik usaha tersebut dengan mengintegrasikan ekonomi, sosial dan lingkungan ke dalam strategi usahanya (Agustina, 2022). Keberlanjutan usaha juga terkait dengan kecukupan dana yang dimiliki perusahaan guna mengoperasikan dan mengembangkan usaha. Bila suatu perusahaan tidak memiliki dana yang cukup, maka risiko kebangkrutan akan meningkat. Kebangkrutan sendiri diartikan sebagai keadaan di mana perusahaan mengalami kesulitan keuangan yang parah sehingga tidak memiliki kemampuan dalam pemenuhan kewajiban finansial (Darsono dan Ashari, 2015).

Modal Usaha

Menurut Sukirno (2009), modal dapat didefinisikan sebagai pengeluaran bisnis untuk pembelian barang modal atau fasilitas produksi untuk meningkatkan kapasitas produksi barang dan jasa yang tersedia dalam perekonomian. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan dan diperlukan pelaku usaha dalam memenuhi pembiayaan operasional usaha dimulai dari berdirinya usaha hingga berjalannya usaha tersebut

Literasi Keuangan

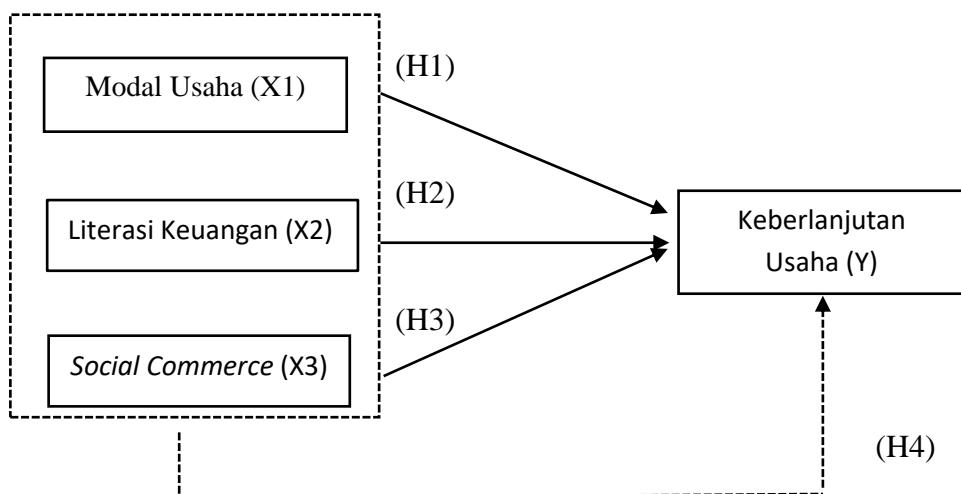
Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kepemilikan seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang tepat dan efektif terkait semua sumber daya keuangan mereka (Kristanto dan Gusaptono, 2021). Pengelolaan keuangan yang efektif sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari untuk mendukung kebijakan pengambilan keputusan finansial. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang literasi keuangan menjadi hal mendasar yang harus dikuasai oleh setiap individu, karena akan berpengaruh pada peningkatan kinerja suatu usaha dan keberlanjutanc usaha tersebut

Penggunaan *Social Commerce*

Social commerce merupakan bagian dari *e-commerce* dengan memanfaatkan platform media sosial untuk proses berbelanja online (Kim & Park, 2013). *Social commerce* adalah sebuah konsep baru dari sebuah *e-commerce* maka dari itu banyak cara untuk dapat mendefinikan konsep dari *social commerce* (Yosse & Wuisan, 2021). *Social commerce* menciptakan lingkungan yang interaktif yang memungkinkan konsumen untuk bersosialisasi dan berbagi informasi secara langsung dengan konsumen lain maupun dengan bisnis. Hal ini merupakan hal baru dalam berbisnis bagi bisnis yang memanfaatkan media sosial. Mereka dengan mudah menjangkau pengguna maupun grup dalam media sosial.

Kerangka Berpikir

Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan dan diperlukan pelaku usaha dalam memenuhi pembiayaan operasional usaha dimulai dari berdirinya usaha hingga berjalannya usaha tersebut. Literasi keuangan mempertegas bahwa pentingnya pengimplementasian pengetahuan serta keterampilan dalam hal keuangan untuk menentukan beberapa keputusan terbaik mengenai keuangan. Dengan memiliki literasi keuangan yang memadai akan mempermudah pelaku UMKM dalam menjalankan usaha sehingga keberlanjutan usaha dapat tercapai. Penggunaan *social commerce* termasuk ke faktor internal dari suatu keberlanjutan usaha. Media sosial sudah tidak lagi hanya digunakan sebatas untuk hubungan sosial antar pengguna, namun saat ini telah berkembang dalam kepentingan bisnis. Dalam hal ini penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu dalam hal pemasaran produk dan jasa untuk mengajangkau pangsa yang lebih luas lagi serta sebagai alat berkomunikasi dengan pelanggan maupun pemasok.



Gambar 1.
Kerangka Berpikir

Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Diduga Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di kecamatan Kota Lama
- H2 : Diduga Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di kecamatan Kota Lama
- H3 : Diduga Penggunaan *social commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di kecamatan Kota Lama.
- H4 : Diduga Modal usaha, literasi keuangan dan penggunaan social commerce secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di kecamatan Kota Lama.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data secara sistematis dari sejumlah besar responden dalam waktu yang relatif efisien. Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif dengan sifat asosiatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara objektif dan terukur. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara, serta penyebaran angket atau kuesioner, sehingga data yang diperoleh tidak hanya bersumber dari persepsi responden tetapi juga didukung oleh kondisi faktual di lapangan. Instrumen kuesioner disusun secara terstruktur dengan menggunakan skala ordinal, yang memungkinkan peneliti memberikan peringkat terhadap jawaban responden sesuai tingkat persetujuan atau penilaian mereka. Skala ini digunakan karena mampu menggambarkan kecenderungan sikap dan persepsi responden terhadap variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2019), metode survei dalam penelitian kuantitatif sangat efektif untuk mengumpulkan data primer yang dapat dianalisis secara statistik guna menguji hubungan antarvariabel. Dengan pendekatan dan teknik tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel sebagai dasar dalam melakukan analisis dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Modal Usaha (X1)	1	0.74	0.2353	Valid
	2	0.795	0.2353	Valid
	3	0.749	0.2353	Valid
	4	0.71	0.2353	Valid
	5	0.81	0.2353	Valid
	6	0.736	0.2353	Valid
	7	0.717	0.2353	Valid
	8	0.714	0.2353	Valid

Literasi Keuangan (X2)	1	0.902	0.2353	Valid
	2	0.841	0.2353	Valid
	3	0.651	0.2353	Valid
	4	0.843	0.2353	Valid
	5	0.806	0.2353	Valid
	6	0.865	0.2353	Valid
	7	0.859	0.2353	Valid
	8	0.804	0.2353	Valid
Social Commerce (X3)	1	0.792	0.2353	Valid
	2	0.809	0.2353	Valid
	3	0.85	0.2353	Valid
	4	0.829	0.2353	Valid
	5	0.814	0.2353	Valid
	6	0.811	0.2353	Valid
	7	0.809	0.2353	Valid
	8	0.829	0.2353	Valid
Keberlanjutan Usaha (Y)	1	0.885	0.2353	Valid
	2	0.818	0.2353	Valid
	3	0.849	0.2353	Valid
	4	0.851	0.2353	Valid
	5	0.847	0.2353	Valid
	6	0.84	0.2353	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,2353 sehingga dapat dikatakan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses pengujian yang dilakukan dengan membandingkan skor Cronbach's Alpha yang diperoleh. Jika nilai yang didapatkan kurang dari 0,6, maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel. Sebaliknya, jika skornya lebih dari 0,6, maka instrumen penelitian dapat dikatakan valid.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut Off	N of Items
Keberlanjutan usaha	0.921	0.6	8
Modal usaha	0.886	0.6	8
Literasi keuangan	0.932	0.6	8
Social commerce	0.929	0.6	6

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel di atas, terlihat bahwa setiap variabel dalam penelitian ini memiliki skor Cronbach's Alpha di atas 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa item-

item pertanyaan dari semua variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas

Tabel 3.
Hasil Uji One Sampel KS

Unstandardized Residual		
N	50	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	1.13927429
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.054
	Negative	-.057
	Test Statistic	.057
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 c,d

Dari kurva probability plot, data menyebar mengikuti arah diagonal dan berada di sekitar garis diagonal. Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan skor signifikansi 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Ini menyimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1 (Constant)		-1.042	.303		
Modal Usaha	.141	2.035	.048	.406	2.464
Literasi Keuangan	.308	3.117	.003	.198	5.040
Social Commerce	.555	5.190	.000	.170	5.891

Dari tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa skor VIF untuk ketiga variabel tidak melebihi 10, dan nilai tolerance berada di atas 0,1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa uji multikolonieritas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5.
Hasil Uji Glejser

Model	Beta	t	Sig.	Standardized Coefficients
1 (Constant)		2.314	.025	
Modal Usaha	.168	.758	.452	
Literasi Keuangan	.265	.837	.407	
Social Commerce	-.599	-1.748	.087	

Pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar acak tanpa pola jelas dan terdistribusi di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Uji Glejser menunjukkan semua nilai variabel memiliki skor signifikansi di atas 0,05. Kesimpulannya, tidak ada gejala heteroskedastisitas, dan data ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah metode untuk uji hubungan antara dua atau lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda hasil berikut:

Tabel 6.
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Sig.
	B	Std. Error	t	
1 (Constant)	-1.291	1.240	-1.042	.303
Modal Usaha	.110	.054	2.035	.048
Literasi Keuangan	.240	.077	3.117	.003
Social Commerce	.429	.083	5.190	.000

Dari tabel, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = -1,291 + 0,110X_1 + 0,240X_2 + 0,429X_3 + e$$

1. Persamaan ini menunjukkan bahwa ketika semua variabel bebas sama dengan 0, rata-rata keberlanjutan usaha adalah 1,291.
2. Koefisien regresi untuk modal usaha sebesar 0,110 berarti jika modal usaha naik 100%, keberlanjutan usaha akan meningkat sebesar 11%, dengan asumsi variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi untuk literasi keuangan sebesar 0,240 berarti jika literasi keuangan naik 100%, keberlanjutan usaha akan meningkat sebesar 24%, dengan asumsi variabel lain tetap
4. Koefisien regresi untuk *social commerce* sebesar 0,429 berarti jika *social commerce* naik 100%, keberlanjutan usaha akan meningkat sebesar 42,9%, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji t (Parsial)

Tabel 7.
Hasil Uji t (Partial)

Model	t	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	-1.042	.303	
Modal Usaha	2.035	.048	Berpengaruh positif dan sig
Literasi Keuangan	3.117	.003	Berpengaruh positif dan sig
Social Commerce	5.190	.000	Berpengaruh positif dan sig

Data dari tabel menunjukkan bahwa

1. Modal usaha mempengaruhi keberlanjutan usaha. Hasil analisis dengan uji t hitung 2,035 lebih besar dari t tabel 1,677 menunjukkan nilai signifikansi (Sig) sebesar $0,048 < 0,05$, yang berarti modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan keberlanjutan usaha.
2. Literasi keuangan mempengaruhi keberlanjutan usaha. Hasil analisis dengan uji t hitung 3,117 lebih besar dari t tabel 1,677 menunjukkan nilai signifikansi (Sig) sebesar

0,003<0,05, yang berarti literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan keberlanjutan usaha.

3. *Social commerce* mempengaruhi keberlanjutan usaha. Hasil analisis dengan uji t hitung 5,190 lebih besar dari t tabel 1,677 menunjukkan nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000<0,05, yang berarti *social commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan keberlanjutan usaha.

Uji F (Simultan)

Tabel 8.
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	648.901	3	216.300	156.445	.000b
Residual	63.599	46	1.383		
Total	712.500	49			

Hasil uji F menunjukkan bahwa modal usaha, literasi keuangan dan *social commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha dengan nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, dan nilai F tabel adalah 156,445 yang lebih besar dari 2,81.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954	.911	.905	1.17584

Dari data pada tabel, nilai korelasi adalah 0,954, menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen. Skor Adjusted R² sebesar 0,905 berarti 90,5% variasi keberlanjutan usaha dapat dijelaskan oleh modal usaha, literasi keuangan dan *social commerce*. Sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan.

Pengaruh Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel modal usaha terhadap keberlanjutan usaha lebih besar dibandingkan t tabel, yaitu 2,035 lebih besar dari 1,677. Ini berarti hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara modal usaha dan keberlanjutan usaha. Pengaruh modal usaha terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian dapat dijelaskan bahwa kecukupan modal memungkinkan pedagang untuk menjaga kelancaran operasional, meningkatkan kapasitas usaha, serta beradaptasi terhadap perubahan pasar, sehingga berperan penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka Panjang (Sulistiyowati et al; 2025).

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha lebih besar dibandingkan t tabel, yaitu 2,035 lebih besar dari 1,677. Ini berarti hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dan keberlanjutan usaha. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) yang menyatakan bahwa literasi keuangan yang baik membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat, pengelolaan arus kas yang efektif, serta perencanaan usaha yang berkelanjutan, sehingga berkontribusi positif terhadap keberlangsungan usaha jangka panjang.

Pengaruh Penggunaan *Social Commerce* Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel *social commerce* terhadap keberlanjutan usaha lebih besar dibandingkan t tabel, yaitu 5,190 lebih besar dari 1,677. Ini berarti hipotesis alternatif diterima dan hipotesis nol ditolak, menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *social commerce* dan keberlanjutan usaha. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Hajli (2015) yang menyatakan bahwa penggunaan *social commerce* mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta membangun kepercayaan pelanggan, sehingga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja dan keberlanjutan usaha pelaku bisnis kecil dan menengah.

Pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan dan Penggunaan *Social Commerce* Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pakaian di Kecamatan Kota Lama

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 156,445 yang jauh di atas F tabel sebesar 2,81. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu Modal Usaha, Literasi Keuangan, dan Social Commerce, secara bersama-sama memengaruhi secara signifikan keberlangsungan usaha pedagang pakaian di Kecamatan Kota Lama. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Fatoki (2014) yang menyimpulkan bahwa kombinasi kecukupan modal usaha, kemampuan literasi keuangan, serta pemanfaatan teknologi dan media digital secara simultan berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha mikro dan kecil, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang dinamis.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisis serta pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di Kecamatan Kota Lama, yang menunjukkan bahwa kecukupan modal berperan penting dalam menjaga kelangsungan operasional dan pengembangan usaha. Selain itu, literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, yang mengindikasikan bahwa kemampuan pedagang dalam mengelola keuangan secara tepat mampu mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Selanjutnya, penggunaan *social commerce* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian, karena pemanfaatan media sosial sebagai sarana transaksi dan promosi dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan

penjualan. Secara simultan, modal usaha, literasi keuangan, dan penggunaan social commerce secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha pedagang pakaian di Kecamatan Kota Lama, yang menegaskan bahwa keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor keuangan dan pemanfaatan teknologi digital.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang dapat diberikan, peneliti memberikan saran untuk para Pelaku Usaha maupun peneliti Selanjutnya:

1. Objek Penelitian.

Pedagang pakaian dapat memperluas akses pendanaan dengan membangun hubungan baik dengan lembaga keuangan, memanfaatkan program pemerintah, dan meningkatkan pemahaman keuangan. Manajemen keuangan yang baik dapat dilakukan dengan membuat rencana keuangan, mengatur arus kas, dan mengoptimalkan biaya. Membangun koneksi dengan pedagang lain, lembaga keuangan, dan pemerintah akan membantu membuka lebih banyak peluang usaha dan meningkatkan keberlanjutan usaha.

2. Peneliti Selanjutnya

Peneliti disarankan untuk meningkatkan jumlah responden dengan melibatkan pedagang pakaian dari berbagai daerah untuk memperluas generalisasi hasil studi. Mereka juga dapat menambah variabel lain terkait faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlanjutan bisnis. Menggunakan metode penelitian yang berbeda, seperti kualitatif atau gabungan, dapat membantu memahami fenomena lebih dalam. Selain itu, peneliti selanjutnya bisa membangun model penelitian yang lebih rumit untuk memprediksi keberlanjutan usaha pedagang pakaian.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina, T. (2022). Business Sustainability Concepts. Bandung: CV. MEDIA SAINS INDONESIA.
- Afriyani, I., Sumarno, & Riyantama, M. Y. (2024). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Dengan Keberlanjutan Usaha UMKM Kerupuk Cabe di Kota Dumai. Journal of Education Technology Information Social Sciences and Health, 3(1), 578–584.
- Alexandro, R., Lenlioni, L., Nugraha, K., Zola, P., & Setyanto, A. (2025). Peningkatan Kinerja Dan Keberlangsungan Usaha UMKM Sektor Pedagang Kecil Pada Pasar Besar Kota Palangka Raya Melalui Peningkatan Literasi Keuangan. 6(1), 75–83.
- Anggraini, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas dan Modal Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kota Medan. ManBiz: Journal of Management and Business, 2(1), 30–45. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i1.1791>
- Asmara, I. G. J., Pande, P., Dewi, A., Sunarta, I. N., & Arlita, I. G. A. D. (2025). Pengaruh digitalisasi, inklusi keuangan dan literasi keuangan terhadap keberlanjutan usaha umkm di kabupaten badung. Jurnal Akuntansi, 5, 1863–1873.
- Ayu, N. C. P. E., & Gst. Ayu Ketut Rencana Sari Dewi. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Penggunaan Informasi Akuntansi dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kecamatan Buleleng. Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi, 10(02), 160–169. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.51302>

- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Kreativitas Terhadap Modal Sosial Untuk Keberlanjutan Usaha UMKM Milenial. *Bird-Banding*, 7(2). <https://doi.org/10.2307/4509614>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. In *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120). <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Dincer, C., & Dincer, B. (2023). Social Commerce and Purchase Intention: A Brief Look at the Last Decade by Bibliometrics. *Sustainability* (Switzerland), 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010846>
- Fatoki, O. (2014). The financial literacy of micro entrepreneurs in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 40(2), 151–158. <https://doi.org/10.1080/09718923.2014.11893309>
- Gede, L., Canberra, W., Ayu, G., Rencana, K., & Dewi, S. (2025). Pengaruh Modal Kerja , Lama Usaha , Serta Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Bidang Fashion di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 16, 14–25.
- Hajli, N. (2015). Social commerce constructs and consumer's intention to buy. *International Journal of Information Management*, 35(2), 183–191. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.12.005>
- Irdawati, & Nurlia. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Manajemen Kas terhadap Keberlanjutan UMKM Sektor Perdagangan di Kota Bekasi. *Jurnal Ekonomi Holistik*, 1(1).
- Junedi, & Dwi Arumsari, M. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Madu Sari Lanceng. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 1(2), 175–184. <https://doi.org/10.37366/master.v1i2.223>
- Kadek Windayani Purnama Dewi, & Nyoman Trisna Herawati. (2023). Pengaruh Modal Usaha, Literasi Keuangan Dan Penggunaan Social Commerce Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kecamatan Buleleng. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 12(2), 108–117. <https://doi.org/10.23887/vjra.v12i2.62145>
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan UMKM Disolo Raya. *Jurnal Among Makarti*, 14(2), 62–76. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.210>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *The economic importance of financial literacy: Theory and evidence*. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mangkunegara, D. A. A. A. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan* (14th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage,Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 2621–5306.
- Ni Komang Trisnadewi, & Dewi, N. A. W. T. (2023). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Literasi Keuangan, Modal Usaha, Kreativitas dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM Di Kecamatan Negara. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)* Undiksha, 14(01), 158–169. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i01.49980>

- Nugraha, B. (2022). Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik. Pradina Pustaka.
- Octaviano, R. S., De Rozari, E., Makatita, R. F., & Jati, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Umkm Di Kecamatan Kota Lama Kota Kupang. Glory: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 4(2), 397–417.
- Oktania, D. E., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Compatibility With Lifestyle Terhadap Niat Beli Di Social Commerce. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya, 10, 255–267.
- Solikha, A. M., Amin, M., & Nandiroh, U. (2023). Pengaruh Pemahaman Akuntansi, Modal Usaha, Kreativitas, dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi, 12(02), 370–381.
- Sugiono, Noerdjanah, & Wahyu, A. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterapiant Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Penerbit CV. Alfabetia: Bandung, 225, 87.
- Sulistyowati, R., Maula, F. I., Mahendra, A. M., Wihara, D. S., Amelia, R., & Fanggidae, R. P. C. (2025). *A systematic bibliometric mapping of entrepreneurial passion and sustainable entrepreneurship: Integrating literature review and network analysis*. paperASIA, 41(6b), 457–470. <https://doi.org/10.59953/paperasia.v41i6b.895>
- Tasya, Mahfudnurnajamuddin, & Murfat, Z. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Kafe di Kecamatan Panakkukang, Kota Makassar. Center of Economic Student Journal, 8(2), 49.
- Yosse, F., & Wuisan, D. S. S. (2021). Pengaruh Information Quality, Social Psychological Distance, Sense of Power dan Trust terhadap Consumer Purchase Intentions pada Social Commerce (Studi Kasus: TikTok). Jurnal Administrasi Bisnis, 11(1), 43–52.