

PEMANFAATAN TEHNOLOGI INFORMASI, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, INOVASI PRODUK, DAN LAPORAN KEUANGAN BERPENGARUH TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UMKM DESA KEDIRI SELATAN KECAMATAN KEDIRI LOMBOK BARAT

ENDANG KARTINI¹⁾, LALU MIMBAR²⁾, IZRAWATI³⁾

^{1,2)}STIE AMM Mataram, ³⁾MTs Negeri 1 Lombok Barat

Endangkartini979@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pemanfaatan teknologi informasi, system informasi akuntansi, inovasi, dan laporan keuangan berpengaruh signifikan baik secara individual maupun simultan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri Lombok Barat. Populasi yaitu seluruh UMKM masih aktif akhir periode 2023 sebanyak 287 UMKM dan sampel sebanyak 74 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwanilai F hitung sebesar 40.153 dengan probabilitas 0.000, nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05. Disimpulkan bahwa keempat variabel indenpenden masing-masing berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap peningkatan hasil usaha UMKM. Persamaan regresi Nilai Konstanta (α) sebesar 0.262 dinyatakan jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata Peningkatan Penjualan sebesar 0.262 satuan dengan asumsi keempat variabel dalam keadaan konstan atau tetap. Pemanfaatan Tekhnologi Informasi, sebesar 0.053, nilainya positif yang artinya terjadi hubungan yang searah dengan peningkatan penjualan UMKM. Demikian halnya Koefisien regresi SIA, IP, dan Laporan Keuangan masing-masing sebesar 0.642, 0.118, dan 0.238 nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan searah dengan peningkatan penjualan. Selanjutnya hubungan korelasi antar variabel sangat kuat yang ditandai oleh nilai R sebesar 83.8%, sedangkan nilai *adjusted R2* sebesar 0.685 (68.5%) variasi peningkatan penjualan dijelaskan oleh variabel indenpenden. Dimana sisanya (100%-68.5%) = 31.5% dijelaskan oleh sebab yang lain diluar model. Standar *Error of estimate* (SEE) sebesar 0.246. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Peningkatan Penjualan bagi pelaku UMKM

Kata kunci : *Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, Laporan Keuangan, UMKM*

ABSTRACT

The aim of the research is to determine whether the use of information technology, accounting information systems, innovation and financial reports have a significant effect both individually and simultaneously on increasing MSME sales in South Kediri Village, Kediri District, West Lombok. The population, namely all MSMEs still active at the end of the 2023 period, is 287 MSMEs and the sample is 74 respondents

The research results show that the calculated F value is 40.153 with a probability of 0.000, a probability value much smaller than 0.05. It was concluded that the four independent variables each had an effect, either partially or simultaneously, on increasing MSME business results. The regression equation Constant Value (α) of 0.262 is stated that if the independent variables are considered constant, then the average increase in sales is 0.262 units assuming the four variables are in a constant or fixed state. Utilization of Information Technology, amounting to 0.053, a positive value, which means there is a direct relationship with increasing sales of MSMEs. Likewise, the regression coefficients for SIA, IP, and Financial Reports are respectively 0.642, 0.118, and 0.238. The positive coefficient values mean that there is a unidirectional relationship with increasing sales. Furthermore, the correlation relationship between variables is very strong as indicated by the R value of 83.8%, while the adjusted R2 value is 0.685 (68.5%) and the variation in sales increase is explained by the independent variable. Where the remainder (100%-68.5%) = 31.5% is explained by other causes outside the model. Standard Error of estimate (SEE) is 0.246. The smaller the SEE value, the more accurate the regression model will be in predicting the dependent variable, namely Increased Sales for MSME players

Keywords: *Information Technology, Accounting Information Systems, Product Innovation, Financial Reports, MSMEs*

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan semakin tajamnya persaingan, khususnya dalam unit usaha UMKM. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam memasarkan produk untuk meningkatkan hasil penjualannya, maka salah satu upaya yang dilakukan pelaku UMKM adalah dengan menerapkan strategi promosi, inovasi-inovasi baru, mendesain produknya, bahkan trik-trik yang dapat meyakinkan konsumen, memanfaatkan teknologi informasi, informasi akuntansi atau dengan media-media lainnya yang membuat pelaku UMKM semakin eksis untuk memasarkan hasil produknya, dimana dalam menerapkan strategi tersebut pelaku UMKM berusaha untuk menerapkan yang sebaik-baiknya, sehingga penjualan dapat terus meningkat. UMKM disebutkan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah “Sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu”. Pengusaha kecil pada umumnya kurang memperhatikan strategi bisnis bahkan tidak memiliki rencana pengembangan usaha. Mereka berfokus bagaimana menjual barang tanpa memikirkan bagaimana melakukan perbaikan kepada produk yang mereka pasarkan supaya lebih baik. Kebanyakan pengusaha UMKM berfokus hanya pada penjualan barangnya dan hasil usaha yang mereka dapatkan biasanya akan dihabiskan untuk konsumsi pribadi dan keluarganya.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh pelaku UMKM dengan tujuan untuk menginformasikan, memberitahu bukan membujuk, dan mempengaruhi konsumen dalam memilih atau membelis suatu produk yang ditawarkan. Secara umum tujuan dari pelaku UMKM adalah untuk memperoleh laba yang maksimum sehingga pelaku UMKM dapat terus berkembang. Penerapan strategi pemasaran dalam UMKM sangat berpengaruh pada kinerja yang bersangkutan, sebab dalam penerapannya posisi UMKM di dipasar potensial sangat dipengaruhi oleh berhasil atau tidaknya strategi pemasaran yang digunakan. Hal ini juga merupakan sumber dana bagi kelangsungan hidup pelaku UMKM untuk terus berkembang baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan produknya dengan menggunakan system pemasaran yang efektif dengan menggunakan strategi-strategi khusus dalam meningkatkan pasar konsumen yang ada. Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat, jelas dapat mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli hasil produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM tersebut untuk mencapai impian yaitu meningkat hasil penjualan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang baik sangat penting bagi kelangsungan usahanya, oleh sebab itu pelaku UMKM harus memiliki banyak cara yang kreatif, inovasi-inovasi baru untuk dapat meningkatkan kualitas produksi. Selain itu UMKM juga harus tanggap terhadap era global saat ini yang betul-betul merambah dipelosok nusantara yaitu teknologi informasi atau media social. Pemanfaatan teknologi informasi bagi UMKM adalah mempermudah menjalin hubungan seluas-luasnya di pasar global dengan berbagai macam aplikasi di media social yang dapat di dimanfaatkan bahkan diterapkan langsung melalui berbagai media. Dengan penerapan teknologi informasi yang ada secara efektif akan berdampak pada peningkatan penjualan bagi UMKM dan tetap eksis. Berbagai inovasi dan atau strategi yang dapat diterapkan ini juga akan mengembangkan pengetahuan pelaku UMKM yang disesuaikan dengan kondisi yang ada sekarang ini demi kelangsungan hidup usahanya untuk mencapai tujuan yaitu meningkatkan penjualan. Dengan berbagai alternatif maka perencanaan anggaran penting untuk dipikirkan pelaku UMKM karena Anggaran penjualan adalah rencana kerja UMKM di masa mendatang pada suatu kurun waktu tertentu di bidang penjualan produknya. Anggaran ini sering disebut sebagai anggaran kunci, karena sering digunakan sebagai dasar pembuatan anggaran lainnya. Dalam upaya menyesuaikan aktivitas atau kegiatan dengan perkembangan teknologi tentunya UMKM memanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Manfaat utama dari informasi yang dikemukakan oleh Romney et al, (2012:14) diantaranya untuk mengurangi ketidakpastian yang akan terjadi, mendukung keputusan pihak manajer, dan mendorong perencanaan dan penjadualan kerja yang lebih baik. Selanjutnya UMKM mengevaluasi hasil kegiatan pada akhir periode dengan memanfaatkan laporan keuangan. Hasil dari proses akuntansi dapat digunakan sebagai bentuk komunikasi antara aktivitas suatu perusahaan dengan pihak-pihak terkait dengan data ataupun aktivitas perusahaan; IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) berdasarkan PSAK 1 paragraf 10 (2012). Laporan keuangan adalah suatu penyajian secara terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan entitas. Laporan keuangan menyajikan informasi mengenai entitas meliputi asset, liabilitas, ekuitas, pendapatan dan beban yang termasuk keuntungan dan kerugian, kontribusi, serta arus kas. Dengan adanya suatu entitas yang disajikan maka dapat digunakan untuk pembuatan keputusan ekonomi.

Penelitian ini dilakukan di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri Lombok Barat. Desa ini berada di pusat pemerintahan Kota Kecamatan Kediri dan terdiri dari tujuh dusun yaitu Dusun Sedayu Barat, Dusun Sedayu Tengah, Dusun Sedayu Selatan, Dusun Sedayu Timur, Dusun Ternate, Dusun Bangket Dalem dan Dusun Muhajirin. Konon wilayah ini adalah salah satu desa atau kawasan yang mayoritas Pendidikan Pondok Pesantren dan biasa dijuluki Kota Santri. Desaini merupakan desa pemekaran dari Kediri Induk, dengan luas

sekitar 179,14 Hektar. Desa ini memiliki berbagai macam jenis UMKM seperti, usaha kuliner, konveksi, dan lain-lain. Salah satu, UMKM yang cukup terkenal adalah usaha dibidang kuliner Abon. Abon adalah salah satu makanan yang dibuat dari daging atau ikan rebus yang diserat – seratkan, dibumbui kemudian digoreng sampai kering.

Dari pemaparan latar belakang permasalahan dan tujuan penelitian yang telah diuraikan, tentunya ada dasar teorinya yang dapat dipergunakan sebagai rujukan atau acuan untuk membahas apa yang akan dihasilkan pada pembahasan berikutnya. Berikut beberapa kajian-kajian teori menurut para ahli yang digunakan, dimana variabel-variabel yang akan dijelaskan masing-masing antara lain yaitu; Teknologi informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi produk, Laporan keuangan, dan Peningkatan penjualan.

Teknologi informasi memiliki batasan yang mana di antaranya untuk memproses data, menyimpan data, penyediaan teknologi, serta berbagai macam informasi yang dipublikasi dengan menggunakan perangkat keras yakni komputer yang mana terhubung dengan koneksi jaringan internet. Adapun penjelasan menurut Lubis, dkk (2020) yang menyatakan bahwa sebutan “Teknologi Informasi” merupakan seperangkat yang mana meliputi perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software) komputer, data, suara, koneksi, satelit serta berbagai teknologi komunikasi lainnya yang mana sebagai bagian dari perangkat pengembangan program aplikasi dan berbagai jenis sarana lainnya. Untuk lebih jelas dalam memahami pengertian teknologi informasi, berikut ini akan dipaparkan pengertian teknologi informasi menurut para ahli yang diantaranya: Tidak hanya itu, Anshori (2018) menyatakan bahwa teknologi merupakan seperangkat alat atau sarana yang dipergunakan untuk mempermudah dalam suatu hal yang tidak valid dan korelasi atau hubungannya, yang mana memiliki beberapa aspek yakni software (perangkat lunak) dan hardware (perangkat keras). Selain itu, teknologi informasi merupakan semua aspek yang ada dalam teknologi atau informasi yang dibutuhkan dalam mengolah data. (dikutip oleh Yansen Alberth Reba. dkk 2021).

Dalam perkembangannya, hadirnya media baru berbasis internet menjadi sebuah tantangan bagi media konvensional, khususnya surat kabar. Tantangan itu bahkan ada yang mampu menyentuh jantung pertahanan industri surat kabar dan membuat sejumlah surat kabar ternama, baik di dalam negeri dan di luar negeri menjadi korban. Ada surat kabar yang ditutup dan ada sebagian lagi pindah ke versi online. Melihat kondisi seperti ini, kalangan praktisi dan pengamat media massa memiliki analisis yang berbeda. Ada yang berpendapat bahwa penyebab utama runtuhnya surat kabar adalah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menghadirkan media baru berbasis internet itu. (dikutip oleh Eko Pamuji. 2019)

Menurut Taiminen & Karjaluoto, (2015). UKM terutama memandang media sosial sebagai alat pemasaran untuk meningkatkan penjualan. Sedangkan Dwivedi et al., 2015; Karimi & Naghibi, 2015). UKM menganggap hanya mengembangkan situs web, halaman Facebook, dan akun Twitter sudah cukup untuk memberikan kesadaran merek, menciptakan dan mempertahankan pembelian pelanggan. (dikutip oleh; Yuni Isanto. Dkk, 2020)

Marshall B. Romney, dkk (2019) istilah penting membahas jenis informasi yang dibutuhkan perusahaan ataupun UMKM, dan proses bisnis yang digunakan untuk menghasilkan informasi tersebut. Kita akan melanjutkan eksplorasi mengenai apa yang dimaksud dengan sistem informasi akuntansi (SIA), bagaimanakah nilai tambah SIA untuk perusahaan/UMKM, bagaimanakah SIA dan strategi perusahaan/UMKM memengaruhi satu sama lain, dan bagaimanakah peranan SIA dalam rantai nilai. Sistem (system) adalah serangkaian dua atau lebih komponen yang saling terkait dan berinteraksi untuk mencapai tujuan. Sebagian besar sistem terdiri dari subsistem yang lebih kecil yang mendukung system yang lebih besar. Contohnya, sekolah tinggi bisnis adalah system yang terdiri dari berbagai departemen, masing-masing merupakan subsistem, selanjutnya sekolah tinggi sendiri adalah subsistem dari universitas. (Marshall B. Romney. dkk; 2019;4)

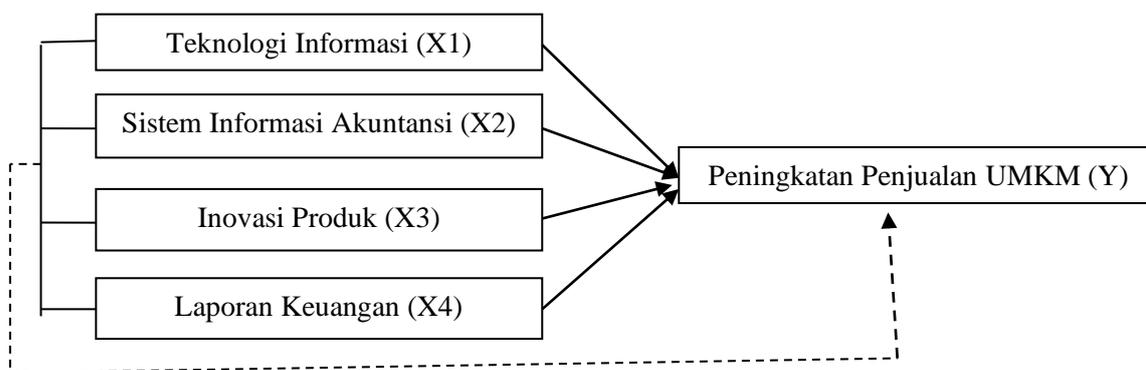
Setiap subsistem didesain untuk mencapai satu atau lebih tujuan organisasi. Perubahan dalam subsistem tidak bisa dibuat tanpa mempertimbangkan dampak subsistem lain dan pada system secara keseluruhan. Konflik tujuan (goal conflict) terjadi ketika tujuan subsistem tidak konsisten dengan tujuan subsistem lainnya atau dengan system secara keseluruhan. Baridwan (2000), menjelaskan bahwa informasi akuntansi merupakan bagian terpenting dari seluruh informasi yang diperlukan manajemen baik perusahaan maupun UMKM terutama yang berhubungan dengan data keuangan.

Menurut *Reichenbach et al* (2019); inovasi diidentifikasi dengan banyak jenis inovasi dan klasifikasi dapat bervariasi sesuai dengan objek inovasi. Misalnya, kategori mencakup inovasi dalam system social-budaya, ekosistem, model, bisnis, produk, layanan, proses, organisasi, pengaturan kelembagaan, dan lain-lain. Klasifikasi juga dapat bervariasi sesuai dengan pendorong inovasi seperti teknologi, pasar, desain, pengguna, dan lain-lain, atau intensitas inovasi. Fokus utama inovasi yaitu penciptaan gagasan baru, yang ada gilirannya akan diimplementasikan ke dalam produk baru, proses baru. Adapun tujuan utama proses inovasi adalah memberikan dan menyalurkan nilai pelanggan yang lebih baik. Inovasi dapat dipandang dengan pendekatan strukturalis dan pendekatan proses (Hartini, 2012).

Laporan keuangan merupakan catatan informasi suatu perusahaan pada periode akuntansi yang menggambarkan kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan berguna bagi banker, kreditor, pemilik dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam menganalisis serta menginterpretasikan kinerja keuangan dan kondisi perusahaan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2016). Laporan keuangan adalah hasil dari proses akuntansi yang menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan didalam pengambilan keputusan ekonomi. Laporan Keuangan terdiri dari lima macam, yaitu Laporan Laba/Rugi, Neraca, Perubahan Modal, Arus Kas, serta Catatan Atas Laporan Keuangan. (Isnawan, 2012). Tujuan laporan keuangan adalah untuk menyediakan informasi posisi keuangan dan kinerja suatu entitas yang bermanfaat bagi sejumlah besar pengguna dalam pengambilan keputusan ekonomik oleh siapapun yang tidak dalam posisi dapat meminta laporan keuangan khusus untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Pengguna tersebut meliputi penyedia sumber daya bagi entitas, seperti kreditor maupun investor. Dalam memenuhi tujuannya, laporan keuangan juga menunjukkan pertanggungjawaban manajemen atas sumber daya yang dipercayakan kepadanya. (Ikatan Akuntan Indonesia, 2016)

Swastha (2010) mengemukakan bahwa penjualan adalah interaksi antarindividu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Sugiono (2010) penjualan bersih merupakan selisih antara penjualan baik yang dilakukan secara tunai maupun kredit dengan retur penjualan dan potongan penjualan. Penjualan dibagi menjadi dua bagian, yaitu: 1. Penjualan kredit, yaitu penjualan yang pembayarannya dilakukan dikemudian hari dalam jangka waktu yang telah ditetapkan setelah barang diterima customer. Penjualan kredit inilah yang menimbulkan piutang dagang, sehingga penjualan tidak dapat dipisahkan dari timbulnya piutang usaha. 2. Penjualan tunai, yaitu penjualan yang pembayarannya dilakukan secara langsung saat terjadinya transaksi. Menurut Munandar (2008), anggaran penjualan adalah anggaran yang merencanakan secara lebih rinci mengenai penjualan perusahaan selama periode yang akan datang yang didalamnya meliputi rencana tentang jenis dan harga yang akan dijual serta waktu dan tempat (daerah) penjualannya. Sedangkan Sofyan Syafri Hararahap (2006) menyimpulkan bahwa anggaran penjualan adalah rencana penyusunan anggaran keuangan yang dimulai dari penjualan/penghasilan yang terkait dengan tujuan perusahaan, skala perusahaan, kemampuan produksi dan personil serta sifat atau gaya manajemen. Dapat disimpulkan bahwa anggaran penjualan adalah rencana penjualan perusahaan untuk masa yang akan datang dalam penyusunan anggaran penjualan tersebut perusahaan harus memperhatikan factor-faktor yang mempengaruhi proses penyusunan anggaran penjualan tersebut. (Diadopsi oleh; Aris Setia Noor, dkk. 2019).

Alur Pemikiran



Gambar 1. Rerangka Pemikiran

Keterangan:

- Pengaruh Individual
- - - - -→ Pengaruh Bersama-sama

Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan; Apakah pemanfaatan teknologi informasi, system informasi akuntansi, inovasi, dan laporan keuangan berpengaruh signifikan baik secara individual maupun simultan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri Lombok Barat ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan teknologi informasi, system informasi akuntansi, inovasi, dan laporan keuangan berpengaruh signifikan baik secara individual maupun simultan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri Lombok Barat.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan adalah Asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Sugiyono, 2008)

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar **jumlah** yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh **karakteristik/sifat** yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Misalnya akan melakukan penelitian disekolah X, maka sekolah X ini merupakan populasi. Sekolah X mempunyai sejumlah orang/subyek dan obyek yang lain. Hal ini berarti populasi dalam arti jumlah/kuantitas. Tetapi sekolah X juga mempunyai karakteristik orang-orangnya, misalnya motivasi kerjanya, disiplin kerjanya, kepemimpinannya, iklim organisasinya dan lain-lain; dan juga mempunyai karakteristik obyek yang lain, misalnya kebijakan, prosedur kerja, tata ruang kelas, lulusan yang dihasilkan dan lain-lain. Yang terakhir berarti populasi dalam arti karakteristik. (Sugiyono, 2008). Oleh karena itu penelitian ini merujuk pada Sugiyono, dengan mengambil suatu keputusan untuk obyek penelitian, peneliti memutuskan bahwa populasi digunakan yaitu seluruh UMKM masih aktif akhir periode 2023 di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri sebanyak 287 UMKM. Selanjutnya Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat mewakili anggota sampel. Oleh karena itu Kreteria pengambilannya dengan ketentuan apabila jumlah populasi lebih dari 100 maka anggota sampel harus menggunakan formula atau dengan cara lain yang sesuai dengan ketentuan yang diacu. Dengan demikian maka penelitian ini, pengambilan anggota sampel menggunakan Slowvin yang dikutip Sugiyono dengan formula:
Rumus Slowvin:

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$
$$n = \frac{287}{1 + 287 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{287}{1 + 287 (0.01)}$$
$$n = \frac{287}{1 + 2.87 (0.01)}$$
$$n = \frac{287}{1 + 2.87}$$
$$n = \frac{287}{3.87} = 74$$
$$n = 74$$

Jadi banyak sampel yang digunakan adalah 74 responden.

Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

Untuk mengumpulkan data, dipergunakan adalah kuesioner, yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Selanjutnya skala pengukuran, merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variable yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. (Sugiyono, 2008). Untuk mengukur jawaban responden digunakan skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok organisasi tentang fenomena sosial dan mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif. Dengan skala likert, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Sehingga dengan demikian, maka metode ini digunakan untuk memperoleh data primer dengan menggunakan 5 skala yaitu sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1, Tidak setuju (TS) nilainya 2, Kurang Setuju (KS) nilainya 3, Setuju (S) nilainya 4, dan Sangat Setuju (ST) dengan nilai 5. (Sugiyono, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas gunanya untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut hasil uji dapat ditunjukkan pada Tabel dibawah ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Korelasi Item Total (R)	R Kritis	Kreteria
Tekhnologi Informasi (TI) (X1)	.643	0.30	Valid
Sistem Informasi Akuntansi (SIA) (X2)	.832	0.30	Valid
Inovasi Produk (X3)	.569	0.30	Valid
Lap. Keu.(X4)	.672	0.30	Valid
Peningkatan Penjualan (Y)	.774	0.30	Valid

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pengujian kuesioner penelitian seperti terlihat pada Tabel di atas, diketahui bahwa secara keseluruhan dinyatakan valid, hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai r hitung lebih besar dari r kritis atau ($r \text{ hitung} > 0.30$) merujuk pada Imam Ghozali, 2009).

Uji Reliabilitas

Reliabel adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Minimal Cronbach Alpha	Kreteria
Tekhnologi Informasi (TI) (X1)	.692	0.60	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi (SIA) (X2)	.895	0.60	Reliabel
Inovasi Produk (X3)	.629	0.60	Reliabel
Lap. Keu.(X4)	.804	0.60	Reliabel
Peningkatan Penjualan (Y)	.865	0.60	Reliabel

Perolehan reliabilitas menunjukkan bahwa konstruk Teknologi Informasi, Sistem informasi akuntansi, Inovasi Produk, Lap. Keuangan, dan Peningkatan Penjualan UMKM memberikan nilai masing-masing jauh lebih besar dari standar nilai (nilai alpha > 60%) yang menurut kriteria Nunnally (1960) dapat disimpulkan bahwa semua variabel cukup reliabel.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3 Hasil uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.838 ^a	.703	.685	.246	

a. Predictors: (Constant), Lap. Keu.(X4), TI (X1), Inovasi (X3), SIA (X2)

b. Dependent Variable: PHU (Y)

Nilai R sebesar 83.8% ini menunjukkan hubungan korelasi antar variabel independen dengan dependen sangat kuat. Besarnya adjusted R² adalah 0.685, hal ini berarti 68.5% variasi Peningkatan Penjualan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke empat variabel independen TI, SIA, IP, dan Lap. Keuangan UMKM. Sedangkan sisanya (100% - 68.5%) = 31.5%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Standar *Error of estimate* (SEE) sebesar 0.246. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Peningkatan Penjualan UMKM

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.875	4	2.469	40.753	.000 ^a
	Residual	4.180	69	.061		
	Total	14.055	73			

a. Predictors: (Constant), Lap. Keu.(X4), TI (X1), Inovasi (X3), SIA (X2)

b. Dependent Variable: PHU (Y)

Hasil analisa atau F test didapat nilai F hitung sebesar 40.753 dengan probabilitas 0.000. Nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Peningkatan Penjualan UMKM, dikatakan bahwa Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Peningkatan Hasil Usaha UMKM.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Tabel 5. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95% Confidence Interval for B		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	
1	(Constant)	.262	.435		.603	.549	.606	.000
	TI (X1)	.053	.081	.066	.652	.516	.214	.000
	SIA (X2)	.642	.109	.683	5.875	.000	.424	.000
	Inovasi (X3)	.118	.108	.094	1.095	.277	.097	.000
	Lap. Keu.(X4)	.238	.115	.206	2.078	.041	.010	.000

a. Dependent Variable: PPj (Y)

Keempat variabel independen dimasukkan ke dalam model regresi, yaitu Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk dan Laporan Keuangan signifikan hal ini dapat dilihat nilai probabilitas signifikansi keempat variable dimaksud dibawah 0.05. Hal sini dapat disimpulkan keempat variable indenpenden masing-masing berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap Peningkatan Penjualan UMKM, dampaknya tidak terlalu besar karena pelaku UMKM rata-rata berpendidikan setingkat SD, dan SMP pengalaman berinovasi masih kurang, pengalaman dalam mencari sumber informasi masih kurang, pengalaman dalam menggunakan teknologi informasi masih kurang, pemanfaatan informasi akuntansi dan laporan keuangan juga masih kurang, sehingga dalam menyampaikan atau memasarkan hasil usahanya dalam rangka peningkatan

penjualan lebih – lebih dalam mengevaluasi hasil usaha tidak begitu paham untuk menyusun laporan hasil usahanya (laporan keuangan).

Berikut persamaan regresi yaitu:

$$\text{Peningkatan Penjualan UMKM} = 0.262 + 0.053 X_1 + 0.642 X_2 + 0.118 X_3 + 0.238 X_4$$

Nilai Konstanta (α) sebesar 0.262 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata Peningkatan Penjualan UMKM sebesar 0.262 satuan dengan asumsi variabel Teknologi Informasi, Sistem informasi akuntansi, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan dalam keadaan konstan atau tetap. Pemanfaatan Teknologi Informasi sebesar 0.053 dinyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha sebesar 1% akan meningkatkan penjualan sebesar 0.053% koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang searah antara pemanfaatan TI dengan Peningkatan Penjualan UMKM. Hal yang sama terjadi pada SIA, Inovasi Produk, dan Lap. Keuangan koefisien sama-sama bernilai positif artinya terjadi hubungan yang searah antara SIA, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan dengan Hasil Usaha UMKM.

Pembahasan

Di Desa Kediri Selatan Kecamatan Kediri masih banyak kasus UMKM terutama usaha mikro masih memiliki beragam kendala dalam pengelolaan keuangan yang baik, pelaku UMKM hampir sebagian besar pemanfaatan teknologi informasi atau media untuk memasarkan produk masih kurang, masih kurang pemahaman tentang berinovasi, bahkan mencari sumber informasi akuntansi dalam memacu untuk meningkatkan hasil usahanya. Beberapa faktor yang bisa mendasari UMKM tidak menyusun laporan keuangan adalah Mindset laporan keuangan yang masih salah, sebagian UMKM berpersepsi laporan keuangan adalah laporan tentang jumlah uang, banyak pemasukan pada saat atau pada hari-hari tertentu untuk menjual barang dagangannya, sehingga pelaku UMKM berasumsi pada hasil penjualan. Pemahaman akuntansi dan pengelolaan keuangan kecenderungan lebih memfokuskan bagaimana usahanya dapat bertahan ditengah derasnya persaingan bisnis yang semakin ketat. Keterbatasan tenaga dan waktu, masih mencampuradukkan harta pribadi pemilik dengan harta milik usaha, dan penentuan laba adalah sisa kas yang tersedia, sehingga peningkatan hasil usaha UMKM masih kurang efektif dalam menerapkan, padahal dengan adanya informasi akuntansi lebih – lebih menggunakan media dan atau teknologi informasi sangat menunjang peningkatan hasil usaha untuk meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM.

Dari hasil analisa yang datanya dikumpulkan melalui kuesioner kemudian diuji dengan program merujuk pada alat-alat yang telah dipaparkan sebelumnya, dimana rumusan masalah telah terjawab antara lain apabila dilihat dari dampaknya pemanfaatan teknologi informasi, sistem informasi akuntansi, inovasi produk, dan laporan keuangan secara individual sama-sama berpengaruh signifikan. Hal yang sama terjadi hasil analisa secara simultan berpengaruh signifikan. Kemudian hasil uji persamaan regresi, Pemanfaatan Teknologi Informasi sebesar 0.053 dinyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan penjualan UMKM sebesar 0.053%. Nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan yang searah antara pemanfaatan teknologi informasi dengan peningkatan penjualan UMKM. Hal yang sama terjadi pada Sistem informasi akuntansi, Inovasi produk, dan Laporan Keuangan koefisien regresi masing-masing sebesar 0.642, 0.118, dan 0.238 dinyatakan bahwa setiap penambahan pendapatan usaha UMKM sebesar 1% akan meningkatkan Peningkatan Penjualan UMKM sebesar 642%, 118% dan 238%, nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan searah dengan Peningkatan Penjualan bagi pelaku UMKM.

PENUTUP

Simpulan

Dari pemaparan latar belakang, permasalahan dan hasil analisa diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Hasil analisa nilai F hitung sebesar 40.153 dengan probabilitas 0.000, nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 diidentifikasi bahwa Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Peningkatan Usaha UMKM. Teknologi Informasi, Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan adalah signifikan dengan nilai masing-masing sebesar 0.000, 0.000, 0.000, dan 0.000 keempatnya jauh dibawah 0.05. Disimpulkan bahwa keempat variabel independen masing-masing berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap peningkatan hasil usaha UMKM.

Dari persamaan regresi Nilai Konstanta (α) sebesar 0.262 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata Hasil Usaha UMKM sebesar 0.262 satuan dengan asumsi variabel teknologi informasi, sistem informasi akuntansi, inovasi produk, dan laporan keuangan dalam keadaan konstan atau

tetap. Pemanfaatan Teknologi Informasi, sebesar 0.053, nilainya positif yang artinya terjadi hubungan yang searah dengan Hasil usaha UMKM. Demikian halnya Koefisien regresi Sistem Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, dan Laporan Keuangan masing-masing sebesar 0.642, 0.118, dan 0.238 nilai koefisien positif artinya terjadi hubungan searah dengan peningkatan hasil usaha UMKM.

Apabila dikaitkan dengan kuat atau lemahnya hubungan variabel independen dan dependen, sebagaimana dihasilkan koefisien determinasi dimana nilai R adalah 83.8% ini menandakan hubungan korelasi antar variabel independen dengan dependen sangat kuat. Besarnya *adjusted R2* adalah 0.685, hal ini berarti 68.5% variasi Peningkatan Hasil Usaha dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen. Sedangkan sisanya (100% - 68.5%) = 31.5% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model. Standar *Error of estimate* (SEE) sebesar 0.246. Makin kecil nilai SEE akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen yaitu Meningkatkan Penjualan bagi pelaku UMKM

Saran

1. Untuk pelaku UMKM, hasil penelitian menunjukkan secara umum pemanfaatan teknologi informasi, system informasi akuntansi, inovasi produk, dan laporan keuangan sudah cukup baik, penerapannya perlu ditidakanjuti, strategi pemasaran, mempromosi produk secara kontinyu dan dipertahankan untuk menunjang hasil usaha serta meningkatkan penjualan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, metode yang digunakan masih jauh dari harapan peneliti, sehingga masih perlu diperkaya lagi dan juga alat analisa perlu ditingkatkan, variabel independen yang digunakan perlu disempurnakan, ditambah, dan kajian tentang variabel-variabel independen lain di luar model penelitian ini yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi informasi, system informasi akuntansi, inovasi produk, maupun laporan keuangan untuk dapat digunakan semaksimal mungkin.

DAFTAR PUSTAKA

- Albeth Reba, Y. dkk (2021). Teknologi Informasi dan Komunikasi Dalam Bimbingan Konseling; Penerbit; Eureka Media Aksara Bojongsari Purbalingga Jawa Tengah
- Baridwan, Zaki. (2000). Sistem Informasi Akuntansi; BPFE; Yogyakarta
- Ghozali, M. (2009). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Hartini, S. (2012). Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, (adopsi, diakses, 29 Januari 2024)
- IAI. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- Isanto, Y. dkk (2020). Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha kecil; Penerbit; Zahir Publishing; Yogyakarta
- Isnawan, Ganjar. (2012). Akuntansi Praktis Untuk UMKM. Jakarta: Laskar Aksara
- Munandar. (2008). Budgeting; Perencanaan Kerja, Pengkoordinasian Kerja, Pengawasan Kerja; BPFE Universitas Gajahmada, Yogyakarta
- Romney, M. dkk (2019). Sistem Informasi Akuntansi (Accounting Information Systems) edisi 13; Penerbit: Salemba Empat; Jakarta Selatan
- Reichenbach, et al (2019). Teori Inovasi Sebuah Tinjauan Pustaka. Progress in Retinal and Eye Research.
- Swastha, B. (2010). *Manajemen Pemasaran, edisi kedua belas, jilid 1: PT. Indeks.*
- Sugiono. (2010). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D Bandung: Alfabeta
- Setia Aris, N. dkk; (2019). Anggaran Penjualan Sebagai Alat Perencanaan dan Pengendalian Laba; Penerbit; Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari Banjarmasin
- Syafri Sofyan, H. (2006). Anggaran Budgeting Penganggaran Perencanaan Lengkap Untuk Membantu Manajemen; PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D; CV. ALFABETA Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI)
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
- Pamuji, E. (2019). Media Cetak dan Media Online; Penerbit Unitomo Press (UP); Surabaya Jawa Timur.