

## PENGARUH PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI, INOVASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEBERHASILAN UMKM

Shafira Vionita Rofifah, Eliya Isfaatun\* dan Sapta Aji Sri Margiutomo

STIE Nusa Megarkencana

Jl. A.M. Sangaji, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta 55233  
viofira@gmail.com, isfaatuneliya@gmail.com, rh.utomo@gmail.com

\*Corresponding Author

### ABSTRAK

*Kemajuan teknologi yang sangat pesat harus diimbangi dengan kemampuan para pelaku usaha khususnya dalam memahami informasi akuntansi, inovasi produk, maupun pemasaran. Informasi akuntansi merupakan hal yang sangat penting dalam mewujudkan keberhasilan usaha. Begitu juga dengan inovasi produk dan promosi dapat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha. Penelitian ini menguji pengaruh penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk, dan promosi terhadap keberhasilan usaha kecil dan menengah pada Usaha Gerabah di Kasongan Bantul.*

*Menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif (data primer) yang diperoleh dengan menyebar kuesioner secara langsung kepada responden yaitu pemilik usaha gerabah di desa Kasongan Bantul. Jumlah sampel sebanyak 50 pengrajin Gerabah, penentuan sampel menggunakan teknik penentuan sampel jenuh (total populasi). Analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, dan analisis menggunakan regresi berganda.*

*Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Inovasi produk berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Dan penggunaan promosi juga berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Kemajuan Teknologi menjadi factor yang penting dalam mendukung keberhasilan UMKM.*

**Kata Kunci:** *Penggunaan Informasi Akuntansi, Inovasi Produk, Promosi, dan Keberhasilan UMKM.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan usaha kecil seperti usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia memiliki berbagai macam produk. Banyak produk yang dikembangkan dan memiliki nilai tinggi sehingga mampu bersaing dengan produk asing. UMKM menjadi bagian penting dalam perekonomian, dan memberikan pengaruh bagi perekonomian nasional. Pelaku UMKM di Indonesia sayangnya belum memperhatikan pengetahuan akuntansi dan jarang yang memanfaatkan informasi akuntansi untuk mendukung dalam menjalankan usahanya.

Informasi akuntansi sangat berperan penting sebagai alat bantu yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan-keputusan ekonomi dan keuangan yang harus disadari oleh pelaku usaha. Kasus yang sering muncul dalam upaya Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) antara lain sistem pencatatan transaksi keuangan yang apa adanya dan membuat anggapan yang keliru bahwa keuangan mudah untuk diatur

terutama jika mereka hanya berkaitan dengan memaksimalkan laba sehingga tidak mendapatkan informasi akuntansi yang seutuhnya. UKM merupakan bagian dari ekonomi rakyat yang menjadi kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian bangsa.

Umami, Kaukab, dan Romandhon (2020) menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi dipengaruhi oleh besarnya skala usaha karena dengan besarnya skala usaha kebutuhan akuntansi akan meningkat sehingga bermanfaat untuk pengambilan keputusan.

Herawaty dan Yustien (2019) menyatakan informasi akuntansi merupakan informasi yang dinyatakan dalam satuan mata uang dan merupakan satu-satunya cara menilai hasil-hasil dari berbagai aktivitas dari segi dimensi yang sama. Kejadian kegiatan ekonomi yang diolah dan menghasilkan Informasi akuntansi menjadi data yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, Hasibuan (2020).

Nabawi (2018) menyatakan bahwa pihak pemilik, manajer, pihak eksternal dapat memanfaatkan Informasi akuntansi berupa informasi akuntansi keuangan, informasi operasional, informasi akuntansi manajemen, sebagai alat dalam pengambilan keputusan. Kesimpulan terkait Informasi akuntansi adalah proses akuntansi yang dimulai dari proses pencatatan, penggolongan, peringkasan, dan penyajian sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum (SAK ETAP) baik dengan menggunakan teknologi atau manual dan menghasilkan laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan bagi pemangku kepentingan.

Inovasi produk adalah menciptakan sesuatu yang baru memberikan nilai tambah untuk meningkatkan kualitas produk sesuai harapan konsumen hal ini seperti disampaikan oleh peneliti sebelumnya yaitu Amir (2018), yang menyatakan bahwa inovasi produk adalah setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan hanya dengan satu kali percobaan, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif. Meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasinya di pasar. Inovasi produk merupakan proses dari penggunaan teknologi baru dalam suatu produk sehingga produk mendapatkan nilai tambah. R.V. Nugraha (2019). Sentuhan teknologi menjadi bagian dari inovasi produk, karena teknologi dapat membantu dalam menciptakan ide, dan menghasilkan produk lebih cepat lebih baik sehingga akan membantu pencapaian tujuan perusahaan. Inovasi produk dipandang sangat penting apalagi dalam pengembangan produk baru, karena dapat membantu perusahaan pada keuntungan dibidang ekonomi dan menghasilkan teknologi baru, Kurniasari R.D (2018).

Saat ini konsumen semakin tahu dan peka untuk menetapkan produk yang akan dibeli, persaingan juga semakin berat, banyak usaha yang menawarkan produk yang sama. Oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan produk dan harus mampu menciptakan produk baru yang berbeda dan

jauh lebih baik dari produk yang ditawarkan oleh pesaing, Lopian (2016),

Inovasi produk membutuhkan promosi agar produk baru dapat dikenal oleh calon konsumen. Disampaikan oleh Praestuti (2020) bahwa promosi merupakan sebuah upaya bujukan (persuasi) yang digunakan untuk membujuk atau mendorong konsumen untuk mau membeli produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Promosi merupakan alat komunikasi pemasaran yang berfungsi untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, ataupun mengingatkan pasar tentang produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan agar bersedia menerima, dan membeli, Latief (2018). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan alat komunikasi pemasaran untuk menawarkan produk atau jasa yang sedang dijual dengan tujuan mempengaruhi konsumen untuk tertarik membeli dan menjadi salah satu penentu program pemasaran. Dengan membuat konten yang menarik perhatian para konsumen akan berdampak besar pada keputusan pembelian konsumen karena konten yang menarik merupakan bagian dari promosi.

Menurut Svetlana (2018) keberhasilan usaha merupakan pencapaian suatu tindakan dalam periode waktu tertentu atau dalam parameter yang ditentukan, atau dapat juga berarti menyelesaikan suatu tujuan atau mencapai suatu tujuan. Ardiana(2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa keberhasilan usaha adalah apabila suatu usaha dapat mencapai tujuannya. Keberhasilan usaha dapat diperoleh apabila didukung dengan kreativitas dan selalu proaktif mengikuti perkembangan teknologi. Keberhasilan perusahaan dalam menjaga kelangsungan usahanya dan penjualan produk terletak pada kemampuannya untuk mengubah pola pikir dan sifat inovatif pemiliknya terkait kemampuan mereka untuk menyampaikan nilai bagi pelanggan, Yuliani A (2020). Wirausaha yang memiliki kemampuan mengambil keputusan yang superior akan dapat meningkatkan performansi usaha seperti peningkatan profit dan pertumbuhan usaha.

Dari penelitian terdahulu maka ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya adalah pentingnya teknologi informasi akuntansi untuk pengelolaan keuangan agar dapat mengetahui informasi keuangan dalam pengambilan keputusan, perlunya teknologi dalam inovasi produk dan teknologi dalam promosi, sehingga tujuan serta cita-cita perusahaan untuk menjadikan usahanya semakin unggul dan berkelanjutan dapat tercapai. Kerajinan gerabah desa kasongan di Jl. Kasongan, Kajen, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, DIY, merupakan salah satu usaha UMKM yang menjadi salah satu icon di kabupaten Bantul. Pentingnya Penggunaan Informasi Akuntansi, Inovasi produk, dan Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM dibuktikan pada UMKM Gerabah di Bantul yaitu: (1) Apakah penggunaan informasi akuntansi dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM Gerabah? (2) Apakah inovasi produk akan mempengaruhi keberhasilan UMKM Gerabah? (3) Apakah promosi dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM Gerabah?

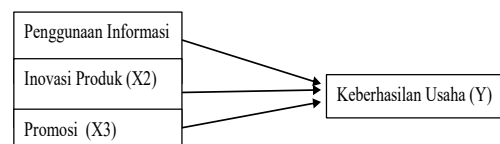
#### METODE PENELITIAN

Kerangka berfikir menjadi dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang akan dijadikan landasan penelitian. Keberhasilan usaha sebagai tujuan akhir dari sebuah perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Maka untuk mewujudkan keberhasilan usaha tersebut diperlukan adanya pengetahuan mengenai penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk dan promosi. Dengan adanya informasi akuntansi, inovasi produk dan promosi maka suatu usaha akan berjalan dengan lancar dan akan meminimalisir adanya kerugian atau kebangkrutan.

Penelitian terdahulu (Sukmayanti Kadek Leny, 2021), (Ni Ketut Ari Rahayuni dan I Gusti Ayu Purnamawati, 2021), menyatakan penggunaan informasi akuntansi, karakteristik wirausaha dan promosi dapat mempengaruhi keberhasilan usaha. Sedangkan (Ayu Safitri, 2018), (Sintia Maratus Solikha, 2021) menyatakan

penggunaan informasi akuntansi tingkat pendidikan, lama usaha berpengaruh positif secara parsial terhadap keberhasilan usaha UKM.

Berbeda dengan Munif, Ahmad, (2018) menyatakan bahwa penggunaan informasi akuntansi dan pelatihan akuntansi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM sedangkan modal berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM. Hasil penelitian yang masih menunjukkan adanya perbedaan dari satu peneliti dengan peneliti lainnya menjadi keterkaitan untuk kembali melakukan penelitian. Jenis UMKM yang berbeda dengan penelitian terdahulu menjadikan perlu melakukan pembuktian kembali dengan menambahkan variabel inovasi produk sebagai faktor yang dapat mungkin dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM. Gambar 1 berikut adalah gambaran kerangka berfikir :



**Gambar 1. Kerangka Berfikir**

#### Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah usaha UMKM pengrajin gerabah di kasongan Bantul DIY. Sedangkan objek penelitian adalah informasi akuntansi, inovasi produk, dan promosi terhadap keberhasilan UMKM.

#### Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sebagaimana di sampaikan Sugiyono (2018) deskriptif kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## Metode Analisis

### Statistik Deskriptif

Untuk membantu dalam membuat kesimpulan umum atau generalisasi, maka digunakan statistik deskriptif untuk menganalisis data dan mendeskripsikan data.

### Uji Instrument Penelitian

Uji coba instrument dilakukan pada 50 pemilik usaha yang ada di desa Kasongan Bantul. Responden yang digunakan untuk uji coba instrument diambil dari dalam sampel dan digunakan kembali sebagai sampel penelitian. Untuk menguji apakah instrument yang digunakan dalam penelitian valid dan reliabel dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya kuesioner. Kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan tujuan yang akan diukur dalam kuesioner tersebut (ghozali, 2018: 52).

Uji validitas dilakukan menggunakan rumus product moment person dengan bantuan program spss versi 22. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka pernyataan tersebut tidak valid (ghozali, 2018:52).

### Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas untuk mengukur kuesioner yang menjadi alat indikator dari variabel. Kuesioner yang reliabel dapat dipercaya apabila jawaban seseorang konsisten dari setiap pertanyaan. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki cronbach alpa  $> 0,60$ . (ghozali, 2018:158).

## Asumsi Klasik

Untuk menguji normalitas residual dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik kolmogorof-smirnov (k-s). Jika nilai probabilitas lebih besar atau sama dengan 0.05 maka dikatakan data terdistribusi normal, apabila nilai probabilitas  $< 0.50$  maka dikatakan data tidak terdistribusi normal (ghozali,2018).

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat dan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel dependent. Jika VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas (ghozali,2018:158).

## Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukan Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Sebaliknya disebut heteroskedastisitas apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini karena data mewakili ukuran kecil, sedang, dan besar. Uji heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda, dapat dilakukan dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dianjurkan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keberhasilan Usaha

a : Konstanta

$\beta_1$ :  $\beta_2$ :  $\beta_3$ : Koefisien Regresi

X1 : Penggunaan Informasi Akuntansi

X2 : Karakteristik Wirausaha

X3 : Promosi

e : Error

### Uji Hipotesis

#### Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan dengan kriteria nilai signifikan  $< 0.05$ , maka hipotesis diterima dan apabila nilai signifikan  $> 0.05$  maka hipotesis ditolak.

#### Uji Simultan (F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5% jika nilai signifikan  $F < 0.05$  maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghozali, 2018).

#### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $r$  square) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel independen yang mampu untuk memperjelas variabel dependent. Adjust  $r$  square sudah disesuaikan dengan derajat masing-masing jumlah kuadrat yang tercakup dalam perhitungan adjust  $r$  square. Nilai adjust  $r$  square yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas (ghozali, 2018).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di UMKM Pengrajin gerabah Kasongan, Kajen, Bangunjiwo, Kec. Kasihan, Kabupaten Bantul, DIY. Desa kasongan merupakan industri yang berfokus pada kerajinan gerabah atau kerajinan keramik yang menjadi asset daerah karena menjadi daya Tarik wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Sentra kerajinan gerabah menjadi salah satu jenis produk UMKM khas Bantul bidang kerajinan. Kerajinan kasongan menjadi icon dari Kabupaten Bantul. Berikut adalah daftar nama pengrajin Gerabah di Kasongan Bantul.

**Tabel 1. Daftar Nama Usaha Gerabah**

1. Aru Keramik	26. Mergo keramik
2. Artur craft	27. Jogja planet souvenir
3. Mandini bamboo	28. Yamine ceramic
4. Dewina point	29. Fajar craft
5. Radi collection	30. Arofah
6. Arlova craft	31. Rahma ceramic
7. Restuning ceramic	32. Ceramics pairan
8. Galeri mimosa	33. Jumiran keramik
9. Art ceramic ginaryo	34. Sumo keramik
10. Minni's gallery	35. Gudang handycraft
11. Nash &Co	36. Dadang keramik
12. Sastro keramik	37. Craft world
13. Stoole & handycraft jogja	38. GA GA mebel & design
14. Slamet ceramic	39. Vintage and recycled
15. Naura craft	40. Uma home living
16. Painem ceramic	41. Jambul ceramic
17. Roy ceramic	42. Miracle homedecor
18. Bima ceramic	43. Kay home décor
19. Kerajinan budi bamboo cendani	44. Putra kaboel craft
20. Ribut keramik	45. Aman handycraft
21. Parimin keramik	46. Suradi leather
22. Nangsib keramik	47. Rina
23. Agus keramik	48. Gerabah kasongan hanin craft
24. Souvenir pandawa 5	49. Pot tanah liat
25. Ababbil bamboo	50. Langgeng keramik

Sumber: Desa Kasongan Bantul, 2023

Penelitian dilakukan terhadap semua pengrajin Gerabah di Kasongan Bantul yang berjumlah 50 UMKM Pengrajin Gerabah.

#### Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif untuk responden dibagi berdasarkan jenis kelamin, Umur responden, dan Lama Usaha. Berdasarkan jenis kelamin sebanyak 11 responden dengan presentase 22% berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 39 orang dengan presentase 78% berjenis kelamin perempuan.

Berdasarkan umur responden, terbanyak 29 responden berumur antara 21-35 tahun atau 58%, usia 36-50 tahun sebanyak 12 responden atau 24%, dan usia  $> 50$  tahun sebanyak 6 responden dengan presentase 12% dan usia paling sedikit pada usia  $< 20$  tahun yaitu sebanyak 3 orang dengan presentase 6%.

Pemilik usaha yang sudah menjalankan usahanya  $< 20$  tahun sebanyak 33 orang dengan presentase 66% dan pemilik usaha yang sudah menjalankan usahanya 21-35 sebanyak 17 orang dengan presentase 34%.

#### Variabel Penelitian

Uji statistik variabel dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum, yaitu nilai rata-rata (*Mean*), nilai maksimum (*Max*), nilai minimum (*Min*), dan standar

deviasi (*Standar Deviation*) dari masing-masing variabel penggunaan informasi akuntansi ( $X_1$ ), inovasi produk ( $X_2$ ), dan promosi ( $X_3$ ) dan keberhasilan usaha (Y). Adapun hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

**Tabel 2. Hasil Statistis Deskriptif Variabel**

Variabel	N	Min	Max	Mean	SD
Oenggunaan Informasi Akuntansi	50	8	40	30,10	7,749
Inovasi Produk	50	7	35	30,44	5,407
Promosi	50	10	35	27,38	5,256
Keberhasilan Usaha	50	11	50	40,32	8,027

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel statistik deskriptif variabel menunjukkan bahwa variabel penggunaan informasi akuntansi memiliki nilai minimum 8, nilai maksimum 40, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,10 dan standar deviasi sebesar 7,749. Variabel inovasi produk memiliki nilai minimum 7, nilai maksimum 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 30,44 dan standar deviasi sebesar 5,407. Variabel promosi memiliki nilai minimum 10, nilai maksimum 35, nilai rata-rata (mean) sebesar 27,38 dan standar deviasi sebesar 5,256. Variabel keberhasilan usaha memiliki nilai minimum 11, nilai maksimum 50, nilai rata-rata (mean) 40,32 dan standar deviasi sebesar 8,027. Nilai rata-rata (mean) semua variabel lebih besar dari standar deviasi yang berarti baik dan tidak terjadi penyimpangan data.

### Uji Instrument Penelitian

Uji instrument dilakukan dengan uji validitas yang menggunakan korelasi pearson. Pengujian signifikansi dengan kriteria r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan uji 2 sisi dengan df sebesar  $N-2 = 50-2 = 48$ , maka didapat r tabel sebesar 0,2787. Jika r hitung  $\geq$  r tabel maka dapat dinyatakan valid dan sebaliknya.

**Tabel 3 Hasil Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta		
2.631	4.180		.629	.532
.301	.115	.291	2.611	.012
.418	.176	.281	2.375	.022
.581	.176	.380	3.307	.002

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 3 dapat digambarkan dalam persamaan berikut:

$$Y = 2,631 + 0,301X_1 + 0,418X_2 + 0,581X_3 + \varepsilon$$

Nilai konstanta 2,631 menunjukkan jika variabel penggunaan informasi akuntansi ( $X_1$ ), inovasi produk ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) bernilai konstan, maka variabel keberhasilan usaha (Y) memiliki nilai positif 2,631 satuan. Nilai konstanta sebesar 2,631 menunjukkan saat variabel keberhasilan usaha (Y) belum dipengaruhi oleh variabel independen. Jika variabel independen tidak ada maka variabel keberhasilan usaha (Y) tidak mengalami perubahan.

1. Variabel penggunaan informasi akuntansi ( $X_1$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,301 menunjukkan variabel penggunaan informasi akuntansi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).
2. Variabel inovasi produk ( $X_2$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,418 menunjukkan variabel inovasi produk ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y).
3. Variabel promosi ( $X_3$ ) memiliki koefisien regresi sebesar 0,581 menunjukkan bahwa variabel promosi ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel keberhasilan usaha (Y) sebesar 0,581 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap atau tidak diteliti.

**Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji T) Coefisients\***

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std Error	Beta		
(Constant)	2.631	4.180		.629	.532
Penggunaan Informasi Akuntansi	.301	.115	.291	2.611	.012
Inovasi Produk	.418	.176	.281	2.375	.022
Promosi	.581	.176	.380	3.307	.002

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 maka Pengujian Hipotesis pertama tentang pengaruh penggunaan informasi akuntansi (X1) memiliki nilai signifikan terhadap Y adalah sebesar  $0,012 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,611 > 2.01290$ , yang menunjukkan bahwa penggunaan informasi akuntansi dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM, atau hipotesis pertama diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Sukmayanti Kadek Leny, 2021), (Ni Ketut Ari Rahayuni dan I Gusti Ayu Purnamawati, 2021) dan tidak sejalan dengan penelitian Munif, Ahmad, 2018.

Pengujian Hipotesis kedua, yaitu adanya inovasi produk memiliki nilai signifikan terhadap keberhasilan UMKM adalah sebesar  $0,022 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,375 > 2.01290$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis kedua diterima, bahwa adanya inovasi produk berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Hasil sejalan dengan penelitian Lapijan (2016), R.V. Nugraha (2019).

Pengujian Hipotesis ketiga, yaitu adanya promosi memiliki nilai signifikan terhadap keberhasilan UMKM sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,307 > 2.01290$ , sehingga Hipotesis ketiga juga diterima yang berarti terdapat pengaruh promosi terhadap keberhasilan UMKM. Hasil sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ni Ketut Ari Rahayuni dan I Gusti Ayu Purnamawati, 2021).

Untuk menguji pengaruh dari semua variabel penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk, promosi terhadap keberhasilan UMKM maka dilakukan Uji

Simultan (F) dengan menguji secara bersama sama. Dengan level of significance  $\alpha = 5\%$  dan df pembilang  $k = 3$  dan penyebut  $n-k = 50-3 = 57$ , diperoleh F tabel = 2,80. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas F hitung (sig F) dengan tingkat signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil uji simultan (F) dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

**Tabel 5 Hasil Uji Simultan (F) ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2100.774	3	700.258	30.501	.000 <sup>b</sup>
Residual	1056.106	46	22.959		
Total	3156.880	49			

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI, INOVASI PRODUK

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel nilai F hitung sebesar  $30,501 > 2,80$  (F tabel) dan memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keberhasilan usaha.

**Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 <sup>a</sup>	.665	.644	4.792

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI, INOVASI PRODUK

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada tabel 6 menunjukkan koefisien determinasi sebesar 0,665 atau 66,5%, hal ini dapat disimpulkan variabel keberhasilan usaha dipengaruhi oleh penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk, dan promosi sebesar 66,5%. Sedangkan sisanya sebesar 33,5 % dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil pengujian mengenai penggunaan informasi akuntansi, adanya inovasi produk, dan dilakukannya

promosi terhadap keberhasilan UMKM di Desa Gerabah, Kasongan, Bantul dapat diambil kesimpulan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Inovasi produk yang dilakukan UMKM juga dapat memberi pengaruh signifikan terhadap keberhasilan UMKM. Dan Kegiatan Promosi yang dilakukan juga dapat mempengaruhi terhadap keberhasilan UMKM.

Ketiga variabel yaitu penggunaan informasi akuntansi, inovasi produk, dan promosi menjadi faktor yang penting bagi UMKM untuk diperhatikan, hal ini karena sebesar 66.5% dapat mempengaruhi keberhasilan UMKM. Ketiga variabel tersebut membutuhkan teknologi sebagai penunjang. Penggunaan informasi akuntansi yang memanfaatkan teknologi dapat menghasilkan informasi yang akurat dan tepat waktu. Inovasi produk dapat memanfaatkan teknologi dalam mendesain produk. Promosi dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet, dengan menggunakan sosial media facebook, instgram, youtube, dan lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hasibuan, H. T. Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil. E-Jurnal Akuntansi, 30(7), 1872-1885. 2020.
- [2] Nabawi, N. I. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Yogyakarta. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2018.
- [3] Amir, Z., Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing pada Perusahaan Batik di Kota Pekalongan. Jurnal Manajemen, 1(8), 1-12, 2018.
- [4] Nugraha, V. R. Pengaruh Inovasi produk, kualitas informasi, inovasi terhadap kinerja operasional. Universitas Islam Indonesia, 2019.
- [5] Kurniasari D.K, Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing, Universitas Negeri Yogyakarta, 2018.
- [6] Lopian, A. A., Massie, J., dan Ogi, I. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. BPR Prisma Dana Amurang. Jurnal EMBA Vol. 4 NO. 1, 1330-1339, 2016. <http://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article>. Diakses 14 Februari 2018
- [7] Praestuti, C. Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada MamaMama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 10(1), 21-24, 2020. <https://doi.org/10.35797/jab.10.1.2020.28825.21-24>
- [8] Latief, A., Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 7(1), 90-99, 2018 <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i1.756>
- [9] Svetlana. (2018). What is The Definition of Succes In Business.
- [10] Ardiana. Fitria (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Industri Kecil Dan Menengah Berbasis Industri Kreatif Di Kabupaten Magelang. (Skripsi, Universitas Negeri Semarang).
- [11] Yuliani A. Pengaruh Sikap Kewirausahaan dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Kasus Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi Kota Bandung), Unikom, 2020.
- [12] Sukmayanti Kadek Leny, Pengaruh Inklusi Keuangan, Penggunaan Informasi Akuntansi, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Keberhasilan UMKM di Kecamatan Buleleng Pada Masa Pandemi Covid-19, Thesis, Undiksha, 2021.
- [13] Rahayuni Ni Ketut Ari, Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Promosi Terhadap Keberhasilan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan Buleleng, Thesis, Undiksha, 2021.
- [14] Purnamawati I Gusti Ayu, Sustainable Finance For promoting Inclusive



- Growth, Jurnal Ilmiah Akuntansi, Undiksha Press, Vol 6, 2021.
- [15] Ayu Safitri, Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah (Studi Pada Sentra Dodol Di Kecamatan Tanjung Pura, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMB, 2018.
- [16] Sintia Maratus Solikha, Pengaruh Penggunaan Informasi Akuntansi, Tingkat Pendidikan, Lama Usaha, Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha UKM Kota Tegal, Thesis, Universitas Pancasakti Tegal, 2021.
- [17] Munif, Ahmad, Pengaruh Penggunaan Informasi, Pelatihan Akuntansi, dan Modal Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah (Studi Empiris Pada Usaha Kecil Menengah di Kabupaten Temanggung, Universitas Muhammadiyah Magelang , 2018.
- [18] Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : Alfabeta. 2018.
- [19] Ghozali, Imam Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: semarang. 2018.
- [20] Arikunto, S. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta, 2016.