

Peran Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Strategi Bisnis UMKM di Probolinggo

Tsibat Vozi Kinaza ^{1*}, Nur Diana ², M. Cholid Mawardi ³

¹²³ Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi : tsibatvozi02@gmail.com

ABSTRACT

Identify and analyze UMKM in implementing accounting information systems to improve their business strategies in 6 (six) sub-districts of Probolinggo Regency. This study uses qualitative research with a phenomenological approach and uses primary data collection through the distribution of open and closed questionnaires to 55 owner UMKM in 6 (six) Districts of Probolinggo Regency and through direct interviews. With descriptive data analysis and Strengths Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) analysis. Based on the results of research on 55 owner UMKM in 6 (six) Districts of Probolinggo Regency, most of the, still use and apply traditional management or manually in carrying out their financial reporting and lack of understanding of accounting information systems, therefore the business strategy is not appropriate to increase their business. The business strategy related to strengths and weaknesses of owner UMKM in Probolinggo Regency, the strengths factor is still implementing online strategies and the weakness is marketing access. However, the opportunity and threat factors are as follows, the opportunity is equitable development and the threat factor is rising raw material prices.

Keywords : Accounting information system, business strategy, UMKM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di zaman saat ini terutama di dunia bisnis semuanya bisa digitalkan karena teknologi saat ini sangat berkembang pesat dan persaingannya juga semakin ketat. Teknologi informasi dan proses produksi yang dapat dikontrol secara otomatis telah muncul sebagai akibat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat (Ameraldo dan Ghazali, 2021). Pelaku bisnis, khususnya UMKM, dapat memanfaatkan teknologi digital karena dapat membina hubungan dengan pemangku kepentingan serta mendorong inovasi dan kreativitas (Ameraldo et al., 2019). Sistem informasi akuntansi memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan unit bisnisnya (Febrian dan Fadly, 2021a). Sistem informasi akuntansi dapat memberikan informasi terkait laporan keuangan yang dapat digunakan untuk mengukur berbagai aktivitas perusahaan, maka sistem informasi akuntansi memegang peranan yang sangat penting dalam bisnis dan dibutuhkan oleh manajemen. dan juga dapat mengevaluasi serta mengukur kinerja setiap unit dari hasil kerja yang berdaya dan bertanggung jawab (Fadly, 2021).

Sistem Informasi Akuntansi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) akan menjadi sarana untuk menggabungkan berbagai laporan penting untuk pelaporan yang akurat dan efektif (Rahmawati, Subagyo, & Budiadi, 2019). Keterbatasan akses permodalan, minimnya peluang pasar, pelaporan keuangan secara manual atau bahkan tidak ada pelaporan sama sekali dan peralatan yang sudah usang masih menjadi masalah bagi banyak UMKM di Indonesia, termasuk di wilayah Probolinggo. dan kurang tanggap terhadap kemajuan teknologi dan perubahan pasar di era digital. Pertumbuhan bisnis belum mampu menangani ekonomi dengan baik, kualitas papan masih rapuh, dan bisnis belum kreatif (Sabilla dan Wijayangka, 2019).

Mayoritas pelaku UMKM di Probolinggo masih menggunakan sistem manajemen tradisional dalam usahanya, seperti pencatatan transaksi secara manual. Misalnya, pengisian

dokumen dan perhitungan masih dilakukan secara manual dan rentan terhadap human error; transaksi dalam bentuk kertas dapat mengakibatkan bukti transaksi rusak atau hilang; dan UMKM di Probolinggo gagal menerapkan pembinaan manajemen yang kompeten. Padahal sistem informasi akuntansi sangat membantu kemandirian UMKM, namun masih banyak UMKM di Kabupaten Probolinggo yang belum memahami bagaimana sistem informasi akuntansi digunakan. Agar informasi penjualan dan pembelian yang hilang mungkin saja tidak akurat, sehingga sistem informasi akuntansi terhadap UMKM di wilayah Probolinggo memiliki peran penting.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana strategi bisnis para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Probolinggo, dan bagaimana peran implementasi sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan strategi bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Probolinggo.

Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi dan menganalisis para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penerapan sistem informasi akuntansi untuk meningkatkan strategi bisnisnya di 6 (enam) kecamatan Kabupaten Probolinggo.

Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Sebagai tambahan pengetahuan empiris di bidang ilmu sistem informasi akuntansi dan *entrepreneurship* dalam meningkatkan strategi bisnis UMKM.

2. Praktis

Kajian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta sumber informasi dan memberikan kontribusi bagi pengembangan usaha para pelaku UMKM dengan memperbaiki serta mengembangkan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan strategi bisnis UMKM.

TINJAUAN TEORI

Strategi Bisnis

David (2006), menjelaskan strategi adalah kemungkinan mengambil tindakan yang membutuhkan keputusan dari manajemen puncak dan sumber daya dari perusahaan. Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis ialah suatu ketetapan yang diambil para eksekutif dalam mengimplementasikan mekanisme bisnisnya. Strategi bisnis perseroan dapat dipengaruhi dari operasi perseroan dikarenakan semua ketetapan bisnis, aktivitas mekanisme bisnis, aktivitas operasi serta perundingan yang diselesaikan harus sesuai tepat strategi bisnis (Arif Tiara, 2015).

Strengths, Weakness, Opportunities, & Threats (SWOT)

Analisis SWOT dipublikasikan pertama kali oleh Kenneth Andrew pada tahun 1963 pada sebuah *symposium* tentang *business policy in The McKinsey Foundation for Management Research* (Suwarsono, 2008:182). Kenneth Andrew mempublikasikan Analisis SWOT kuantitatif dengan empat kuadran. Kemudian pada tahun 1982, Heinz Weihrich dari *College of San Francisco* memupuk ujian SWOT yang patut dicontoh dengan menggunakan teknik subjektif. Analisis SWOT singkatan dari *Strengths, Weakness, Opportunity, Threats* yakni Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman dalam suatu rencana.

Sistem Informasi Akuntansi

Pemanfaatan teknologi komputer dalam organisasi untuk menyajikan informasi kepada pengguna disebut sebagai sistem informasi. Kumpulan perangkat keras dan perangkat lunak yang dimaksudkan untuk mengubah data menjadi informasi yang berguna dikenal sebagai sistem informasi terkomputerisasi (George & William, 2001:5). Suatu sistem yang memproses data dan transaksi untuk menghasilkan informasi yang berguna untuk perencanaan,

pengendalian, dan operasi bisnis dikenal sebagai sistem informasi akuntansi (Krismiaji, 2002:4).

Peran Sistem Informasi Akuntansi dalam Meningkatkan Value Bisnis

Secara umum, bisnis ingin memberi pelanggan mereka sesuatu yang bernilai. Hal ini dapat dikonseptualisasikan dalam kaitannya dengan rantai nilai (Khamisah et al.,) dan membutuhkan penerapan berbagai aktivitas yang berbeda. (2020). Ada lima langkah utama dalam rantai nilai organisasi yang secara langsung menguntungkan pelanggannya (Krismiaji, 2002:12), sebagai berikut : 1). Logistik Masuk, 2). Operasi, 3). Logistik Keluar, 4). Pemasaran dan Penjualan, 5). Pelayanan Purna Jual.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Berikut ini tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 Bagian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan yang bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan merupakan bagian langsung atau tidak langsung dari usaha menengah atau besar. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan, bukan merupakan anak perusahaan, bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dan bukan merupakan bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang atau perorangan dan atau badan usaha perorangan.

Akuntansi sebagai Strategi Bisnis UMKM

Sistem akuntansi adalah sistem informasi yang memberikan laporan kepada orang yang menggunakan data akuntansi atau kepada orang yang peduli dengan kinerja dan keuangan perusahaan (Suryadharma, 2019:11). Atas teori tersebut bahwa akuntansi dapat dijadikan strategi untuk memecahkan masalah yang dihadapi pelaku UMKM karena dasar-dasar akuntansi mengajarkan kedisiplinan dalam mengelola uang sebagai modal usaha, anggaran, biaya, atau keuntungan yang dihasilkan dalam suatu usaha. Uang ini harus dicatat, dijurnal, dan disimpan dengan baik dalam pembukuan sehingga semua arus kas keluar dan arus kas masuk dapat dilacak, dipantau, dan dievaluasi.

Kerangka Konseptual

Gambar 1 Kerangka Konseptual



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomena. Pendekatan fenomenologi sebagai studi ilmiah merupakan sebuah pendekatan penelitian kualitatif dan pendekatan ini juga dapat memberikan fleksibilitas dan kemudahan dalam mengkonstruksikan realitas yang tampak dan memberikan esensi atas realita tersebut (Junaidin, 2019:24). Lokasi penelitian berada di 6 (enam) Kecamatan Kabupaten Probolinggo dengan waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2022 sampai selesai.

Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah UMKM entertainer yang organisasinya berada di 6 (enam) sub wilayah Kabupaten Probolinggo di berbagai bidang usaha seperti usaha pengrajin, usaha olahan makanan, usaha olahan rempah-rempah, toko sembako, pedagang kaki lima, pedagang sayur mayur dan lain sebagainya..

Definisi Operasional Variabel

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Penjelasan Bank Indonesia dalam Aufar (2014:9), UMKM adalah organisasi yang bermanfaat yang diklaim oleh penduduk Indonesia sebagai badan usaha perseorangan, unsur usaha yang bukan badan hukum, atau unsur usaha yang merupakan unsur yang sah seperti koperasi; jelas bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau dikerjasamakan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan usaha menengah atau besar. Peran pelaku UMKM mempunyai peranan yang penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (David, 2018:1).

Sistem Informasi Akuntansi

Nugroho, (2001:4) menjelaskan bahwasanya Pengaturan berbagai dokumen, alat komunikasi, implementasi staf, dan laporan untuk dibagikan yang dimaksudkan untuk mengubah data keuangan menjadi informasi keuangan dikenal sebagai sistem informasi akuntansi. Seperti yang dinyatakan oleh Sutabri (2004): Menurut 6, sistem informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya yang diatur seperti orang dan peralatan yang mengubah data menjadi informasi.

Strategi Bisnis UMKM

Joewono (2012:3) menerangkan bahwasanya strategi bisnis, di mana pemikiran sistematis, perencanaan, kesiapan mengambil langkah, keberanian mengambil risiko, dan hasrat untuk memenangkan pertandingan adalah beberapa karakteristik permainan catur yang relevan dengan praktik manajemen bisnis, seringkali dibandingkan dengan strategi bisnis.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data primer berupa kuesioner terbuka dan tertutup, wawancara, dan penyebaran kuesioner digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan *Google Form*, kuesioner dibagikan kepada para pelaku UMKM di enam (enam) Kecamatan di Kabupaten Probolinggo, dan dilakukan wawancara langsung.

Metode dan Analisis Data

Analisis Deskriptif

Menurut Soejono dan Abdurrahman dalam Pradikta (2013):37, analisis deskriptif adalah suatu metode pemecahan masalah dengan menggambarkan subjek atau objek penelitian saat ini dengan fakta-fakta yang terlihat.

Analisis SWOT

SWOT mewakili Kualitas dan Kekurangan dalam iklim interior dan Pintu Terbuka dan Bahaya dalam iklim luar dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014:20). Dalam penelitian ini metode strategi pengembangan ditentukan dengan menggunakan analisis SWOT yang melihat faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Matriks SWOT merupakan instrumen yang digunakan untuk menyusun komponen-komponen strategi perusahaan. Matriks ini dengan jelas menjelaskan bagaimana kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat disesuaikan untuk memanfaatkan peluang dan ancaman eksternal. Dibawah ini model matrik SWOT yakni :

- a) Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS), ialah faktor-faktor strategi eksternal perusahaan.
- b) Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS), ialah faktor-faktor strategi internal suatu perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Subyek Penelitian

Kabupaten Probolinggo juga memiliki perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang cukup signifikan dalam dua tahun terakhir tercatat banyak puluhan ribu pelaku usaha saat ini (Radarbromo, 2021). Berikut tabel 4.1 signifikan peningkatan jumlah UMKM di Kab. Probolinggo.

Tabel 4.1 Signifikan Peningkatan Jumlah UMKM di Kab. Probolinggo pada tahun 2020 - 2022

No.	Tahun	Perkembangan Jumlah UMKM Kabupaten Probolinggo
1.	2020	68.518
2.	2021	68.872
3.	2022	69.187
Jumlah		206.577

Sumber : Data BPS UMKM Kab Probolinggo

Tidak hanya itu Kabupaten Probolinggo juga memiliki UMKM dalam kategori komoditas unggulan di tiap tahunnya. Berikut komoditas unggulan yang ada di Kabupaten Probolinggo antara lain Mangga, Tembakau, Padi, Bawang Merah dan Tebu. Kabupaten Probolinggo juga memiliki beberapa Kecamatan yang menghasilkan komoditas unggulan tersebut diantaranya di 6 Kecamatan yang menjadi sebuah subjek penelitian adalah sebagai berikut Kecamatan Sumberasih dan Kecamatan Gending yang memiliki komoditas padi di tiap tahunnya, Kecamatan Tongas yang memiliki komoditas mangga, Kecamatan Dringu dengan komoditas unggulan di tiap tahunnya yakni bawang merah, Kecamatan Maron yakni tebu sebagai komoditas unggulannya dan Kecamatan Kraksaan dengan komoditas unggulannya yakni tembakau di tiap tahunnya.

Identifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Probolinggo

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Probolinggo masih terbelang tradisional atau manual dalam hal melakukan pencatatan pelaporan keuangan atas usahanya bahkan ada beberapa yang tidak paham dan tidak melakukan pencatatan sehingga strategi bisnisnya kurang maksimal dalam meningkatkan usahanya.

Tabel 4.3 Kriteria Jenis UMKM

Jenis Usaha	Persentase	Jumlah Wil. Sumberasih	Jumlah Wil. Tongas	Jumlah Wil. Dringu	Jumlah Wil. Gending	Jumlah Wil. Maron	Jumlah Wil. Kraksaan	Total
Usaha Mikro	38,2%	3	4	3	9	2	7	21
Usaha Kecil	49,1%	2	1	5	2	5	5	27
Usaha Menengah	12,7%	0	0	0	4	3	0	7
TOTAL								55

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa dari 55 pelaku UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo sebagian besar berada pada Usaha Kecil.

Implementasi Sistem Informasi Akuntansi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dan hasil wawancara menunjukkan bahwa hasil penelitian kepada 55 pelaku UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo masih menerapkan sistem manajemen tradisional yakni sistem secara manual. Dengan rincian 35 pemilik UMKM masih menggunakan dan menerapkan sistem manual atau menyimpan bukti-bukti transaksi penjualan atau pembelian sedangkan sisanya sebanyak 20 pemilik UMKM tidak melakukan pencatatan dikarenakan tidak paham dengan pencatatan atau sistem informasi akuntansi. Pemilik UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo juga sebagian besar

diketahui tidak paham terkait sistem informasi akuntansi, dari data hasil kuesioner dengan rincian sebanyak 28 pemilik UMKM tidak paham dengan sistem informasi akuntansi sedangkan 27 pemilik UMKM lainnya paham dengan sistem informasi akuntansi. Berdasarkan hasil wawancara juga minimnya pengetahuan dan pemahaman terkait sistem informasi akuntansi.

Strategi Bisnis

Masalah dalam penelitian ini adalah terdapat tiga masalah yang dianggap krusial dan memerlukan strategi untuk menyelesaikannya, yaitu masalah keterbatasan akses modal dan keterbatasan modal. Strategi bisnis yang tepat adalah yang mampu meredam atau meminimalkan masalah, terutama yang khas dari UMKM. terus berputar karena kurangnya modal keuangan, akses pemasaran yang terbatas, dan ketidakmampuan untuk menghasilkan laporan keuangan yang akurat. Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, strategi bisnis yang menjadi kendala saat ini untuk mencapai strategi bisnis yang tepat yakni mereka tidak dapat membuat laporan keuangan usahanya secara efisien dan fleksibel dikarenakan kurang paham atau tidak paham mengenai manfaat dari akuntansi sebagai strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan usaha UMKM

Analisis SWOT

1. Analisis Faktor Tingkat Kepentingan Internal UMKM

Tabel 4.5 Jumlah Informan Menurut Tingkat Kepentingan Internal

No.	Kriteria yang dipertimbangkan dalam strategi peningkatan/pengembangan UMKM	Tingkat Kepentingan Internal UMKM				
		1	2	3	4	5
A	Pemasaran					
A1	Memiliki pelanggan tetap	0	0	2	12	41
A2	Harga terjangkau	0	0	9	30	16
A3	Strategi penjualan	1	1	5	13	35
A4	Memiliki tempat distribusi yang tetap	0	0	5	29	21
A5	Melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik	1	2	10	19	23
A6	Melakukan promosi secara langsung	0	2	7	20	26
B	Produksi					
B1	Produk atau Citra Rasa yang berkualitas	1	0	3	13	38
B2	Produk atau Citra Rasa yang sesuai dan berbeda	1	1	1	19	33
B3	Kemasan produk yang menarik	2	0	8	17	28
C	Sumber Daya Manusia					
C1	Jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan	5	6	21	16	7
C2	Kemampuan yang dimiliki karyawan	0	1	13	26	15
C3	Pengalaman yang dimiliki karyawan	0	1	15	26	13
C4	Pelatihan untuk karyawan pemula	0	0	9	22	24
D	Keuangan					
D1	Akses modal (pinjaman)	4	4	17	19	11
D2	Modal dari pemerintah atau lembaga kredit lainnya	6	3	19	17	10
E	Akuntansi					
E1	Sistem pembukuan (pencatatan kas masuk dan kas keluar)	1	1	6	26	21

Sumber : Data Primer diolah 2023

Penjumlahan yang diperoleh dari setiap barang yang diperoleh dari timbangan yang diambil masing-masing tidak seluruhnya ditetapkan dan berapa nilai masing-masing barang yang didapat. Jika mendekati angka 5, pelaku UMKM di enam kecamatan Kabupaten Probolinggo memiliki kepentingan internal yang sangat tinggi dalam memilih strategi perbaikan atau pengembangan. Dibawah ini kriteria nilai dan cara menghitung nilai per itemnya.

Kriteria Nilai :

- 0 – 55 : Tidak Penting (TP)
 56 – 110 : Kurang Penting (KP)
 111 – 165 : Cukup Penting (CP)
 166 – 220 : Penting (P)
 221 – 275 : Sangat Penting (SP)

Tabel 4.6 Perhitungan dan Klasifikasi Hasil Kuesioner Faktor Tingkat Kepentingan Internal UMKM

No	Strategi Peningkatan/Pengembangan Faktor Tingkat Kepentingan Internal	Perhitungan					Total Nilai	Tingkat Kepentingan
		1	2	3	4	5		
A	Pemasaran							
A1	Memiliki pelanggan tetap	0	0	2	12	41	259	Sangat Penting
A2	Harga terjangkau	0	0	9	30	16	227	Sangat Penting
A3	Strategi penjualan	1	1	5	13	35	245	Sangat Penting
A4	Memiliki tempat distribusi yang tetap	0	0	5	29	21	236	Sangat Penting
A5	Melakukan promosi dengan menggunakan media elektronik	1	2	10	19	23	229	Sangat Penting
A6	Melakukan promosi secara langsung	0	2	7	20	26	235	Sangat Penting
B	Produksi							
B1	Produk atau Citra Rasa yang berkualitas	1	0	3	13	38	252	Sangat Penting
B2	Produk atau Citra Rasa yang sesuai dan berbeda	1	1	1	19	33	247	Sangat Penting
B3	Kemasan produk yang menarik	2	0	8	17	28	234	Sangat Penting
C	Sumber Daya Manusia							
C1	Jenjang pendidikan yang dimiliki karyawan	5	6	21	16	7	179	Penting
C2	Kemampuan yang dimiliki karyawan	0	1	13	26	15	220	Penting
C3	Pengalaman yang dimiliki karyawan	0	1	15	26	13	216	Penting
C4	Pelatihan untuk karyawan pemula	0	0	9	22	24	235	Sangat Penting
D	Keuangan							
D1	Akses modal (pinjaman)	4	4	17	19	11	194	Penting
D2	Modal dari pemerintah atau lembaga kredit lainnya	6	3	19	17	10	187	Penting
E	Akuntansi							
E1	Sistem pembukuan (pencatatan kas masuk dan kas keluar)	1	1	6	26	21	230	Sangat Penting

Sumber : Data Primer diolah 2023

2. Analisis Faktor Tingkat Kepentingan Eksternal UMKM

Akibatnya jumlah yang diperoleh dari setiap benda yang diperoleh dari timbangan yang dipilih oleh setiap saksi ditentukan dan jumlah masing-masing nilai per benda diperoleh. Fakta bahwa pelaku UMKM di enam kecamatan Kabupaten Probolinggo mempunyai tingkat kepentingan eksternal yang sangat tinggi dalam memilih strategi perbaikan atau pengembangan menunjukkan semakin mendekati angka 5. Dibawah ini ialah kriteria nilai dan cara menghitung nilai per itemnya.

Kriteria Nilai :

- 0 – 55 : Tidak Penting (TP)
 56 – 110 : Kurang Penting (KP)
 111 – 165 : Cukup Penting (CP)
 166 – 220 : Penting (P)
 221 – 275 : Sangat Penting (SP)

Tabel 4.8 Perhitungan dan Klasifikasi Hasil Kuesioner Faktor Tingkat Kepentingan Internal UMKM

No	Strategi Peningkatan/Pengembangan Faktor Tingkat Kepentingan Internal	Perhitungan					Total Nilai	Tingkat Kepentingan
		1	2	3	4	5		
A	Kondisi Sosial dan Ekonomi							
A1	Pemberian upah	0	0	5	24	26	241	Sangat Penting
A2	Perubahan gaya hidup pelanggan/konsumen	3	4	12	21	15	206	Penting
A3	Tingkat inflasi	3	4	19	16	13	197	Penting
A4	Kenaikan harga bahan baku	0	2	14	19	20	222	Sangat Penting
B	Produksi							
B1	Teknologi baru	0	3	11	14	27	230	Sangat Penting
B2	Perbaikan produktivitas	0	1	11	17	26	233	Sangat Penting
C	Pembeli							
C1	Minat pelanggan/konsumen terhadap produk/citra rasa	0	0	4	19	32	248	Sangat Penting
D	Pesaing							
D1	Kemasan produk	2	1	7	19	26	231	Sangat Penting
D2	Produk/Citra Rasa yang dihasilkan	0	2	3	19	31	244	Sangat Penting
D3	Pesaing yang berasal dari UMKM sejenis dan berdekatan	4	3	8	22	18	212	Penting

Sumber : Data Primer diolah 2023

3. Analisis Faktor Kekuatan dan Kelemahan UMKM Kab. Probolinggo.

Tabel 4.10 Faktor Kekuatan dan Kelemahan Pelaku UMKM Kab. Probolinggo

No	Faktor Kekuatan	No	Faktor Kelemahan
1.	Memiliki Pelanggan Tetap	1.	Sistem Pembukuan (Pencatatan Kas Masuk dan Kas Keluar) yang tidak efektif melakukannya.
2.	Harga yang terjangkau	2.	Akses Pemasaran yang sulit dipahami
3.	Strategi Penjualan	3.	Mengembalikan Pinjaman Modal yang sulit karena modal terbatas
4.	Memiliki Tempat Distribusi Tetap		
5.	Melakukan Promosi dengan Menggunakan Media Elektronik		
6.	Melakukan Promosi secara langsung		
7.	Memiliki Produk/Citra Rasa yang khas dan unik		
8.	Produk/Citra Rasa yang berkualitas		
9.	Kemasan Produk		
10.	Jenjang Pendidikan yang dimiliki karyawan		
11.	Kemampuan yang dimiliki karyawan		
12.	Pengalaman yang dimiliki karyawan		
13.	Pelatihan untuk karyawan pemula		
14.	Akses Modal (Pinjaman)		

Sumber : Data Primer diolah 2023

Keterangan : Blok warna berdasarkan hasil wawancara

Berdasarkan hasil tabel 4.9 temuan kuesioner, pelaku UMKM di enam kecamatan di Kabupaten Probolinggo memiliki 14 kekuatan terkait kekuatan dan 1 faktor kelemahannya. Berdasarkan hasil wawancara para pelaku UMKM menyebutkan bahwa memiliki kelemahan dari akses pemasaran yang sebagian besar tidak paham arah tujuan pemasarannya kemana serta

akses pemasarannya hanya ke tempat-tempat itu saja, tidak dapat berkembang dan juga ada kendala untuk mendapatkan modal dari pemberi pinjaman, salah satunya ialah mengembalikan sebagian besar pinjaman.

4. Matriks Strategi Faktor Internal/IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Fungsi dari pembobotan dan rating adalah untuk mengetahui faktor strategi perusahaan yang dapat memberikan dampak positif dan negatif. Berikut yakni Tabel 4.11 mengenai dengan perhitungan faktor-faktor strategi internal UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo.

$$\text{Rumus : Bobot} = \frac{\text{Rating}}{\text{Total Rating}}$$

Tabel 4.11 Perhitungan Faktor Strategi Internal/IFAS UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo

No.	Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating (1-4)	Bobot x Rating	Komentar
Kekuatan/Strengths (S)					
1.	Memiliki Pelanggan Tetap	0,06	3	0,18	Penting dan menjadi nilai tambah
2.	Harga yang Terjangkau	0,08	4	0,32	Kunci Sukses dan Harus Dipertahankan
3.	Strategi Penjualan	0,06	3	0,18	Masing masing UMKM memiliki strateginya dengan baik
4.	Memiliki Tempat Distribusi yang tetap	0,08	4	0,32	Kunci Sukses dan Harus Dipertahankan
5.	Melakukan Promosi dengan menggunakan Media Elektronik	0,06	3	0,18	Penting dan Harus Ditingkatkan
6.	Melakukan Promosi secara Langsung	0,08	4	0,32	Kunci Sukses dan Harus Dipertahankan
7.	Produk/Citra Rasa yang Berkualitas	0,08	4	0,32	Kunci Sukses dan Harus Dipertahankan
8.	Memiliki Produk/Citra Rasa yang Khas dan Unik	0,06	3	0,18	Menjadi faktor penting dan harus dipertahankan
9.	Kemasan yang menarik	0,08	4	0,32	Penting dan Diperhatikan
10.	Pengalaman yang dimiliki karyawan	0,06	3	0,18	Penting dan diperhatikan
Kelemahan/Weaknesses (W)					
1.	Jenjang Pendidikan yang dimiliki karyawan	0,02	1	0,02	Tidak diperhatikan, yang penting ada niat dan kemauan
2.	Kemampuan yang dimiliki karyawan	0,06	3	0,18	Penting
3.	Pelatihan untuk Karyawan Pemula	0,04	2	0,02	Penting namun masih kurang dilakukan
4.	Sistem Pembukuan (Pencatatan Kas Masuk dan Kas Keluar) yang tidak efektif dibuatnya.	0,02	1	0,08	Masih sangat lemah dan kurangnya kemampuan SDM
5.	Akses Modal (pinjaman)	0,08	4	0,32	Mudah didapatkan namun jarang digunakan
6.	Akses Pemasaran yang tidak paham tujuan arah pemasarannya kemana	0,02	1	0,02	Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pemasaran
7.	Sulit untuk Mengembalikan Modal Pinjaman yang berasal dari Lembaga Pinjaman	0,02	1	0,02	Resiko yang tidak berani diambil oleh pelaku UMKM
TOTAL		100%	48	3,16	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil tabel 4.11 perhitungan strategi internal/IFAS Sudah menjadi rahasia umum bahwa lima faktor internal dengan bobot 0,08 (tinggi) dan peringkat 4 (sangat baik) dikarenakan sangat menentukan strategi peningkatan atau peningkatan pengembangan usaha UMKM di enam Kecamatan Kabupaten Probolinggo saat ini dan yang akan datang, maka

kelima faktor tersebut mendapatkan bobot dan penilaian yang tinggi. Sedangkan lima faktor kekuatan lainnya mempunyai bobot 0,06 dan peringkat 3 (baik) dan kelima faktor yang mempunyai bobot dan rating baik tersebut bisa dikatakan sebagai faktor kekuatan yang mendukung dalam meningkatkan atau mengembangkan usaha UMKM yang berada di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo.

Dengan skor 0,02 (rendah) dan peringkat 1 (sangat lemah/lemah besar), bagian faktor kelemahan yang paling besar pengaruhnya bagi pelaku UMKM di enam Kecamatan di Kabupaten Probolinggo adalah tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pegawai, sistem pembukaan atau pencatatan kas masuk dan keluar yang belum efektif dilaksanakan, akses pemasaran yang sulit mereka pahami, dan sulitnya pengembalian modal yang berasal dari pinjaman lembaga. Hal ini karena tingkat pendidikan SDM yang ada tidak memiliki pengetahuan yang memadai tentang akuntansi, dan pengusaha UMKM bahkan tidak akan menghadapi masalah dalam memperoleh uang untuk bertindak sebagai pendanaan. Kemampuan pegawai dalam menjalankan usaha mendapat skor 0,06 dan peringkat 3 (cukup lemah), pelatihan pegawai baru mendapat bobot 0,04 dan peringkat 2 (lemah), dan akses permodalan (pinjaman) mendapat skor 0,08 dan peringkat 4 (sedikit kelemahan) dalam peningkatan atau pengembangan usaha UMKM.

5. Analisis Faktor Peluang dan Ancaman UMKM Kab. Probolinggo

Tabel 4.13 Faktor Peluang dan Ancaman Pelaku UMKM di Kab. Probolinggo

No.	Faktor Peluang	No.	Faktor Ancaman
1.	Pembarian Upah/Peningkatan Keuntungan	1.	Tingkat Inflasi
2.	Perubahan Gaya Hidup Pelanggan/Konsumen	2.	Kenaikan Harga Bahan Baku
3.	Teknologi Baru	3.	Pesaingnya berasal dari UMKM sejenis dan Berdekatan
4.	Perbaikan Produktivitas		
5.	Minat Pelanggan/Konsumen		
6.	Kemasan Produk		
7.	Produk atau Citra Rasa yang dihasilkan		
8.	Akan adanya jalan Tol Trans Jawa – Bali		

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil Tabel 4.13 tentang peluang dan ancaman bagi UMKM di 6 kecamatan Kabupaten Probolinggo, terdapat 7 faktor dan 1 faktor peluang adalah faktor peluang untuk pemilik UMKM yang dari data survei serta empat faktor ancaman, yang menjadi ancaman untuk para pemilik UMKM.

6. Matriks Strategi Faktor Eksternal/EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Tabel 4.14 berikut mengacu pada perhitungan faktor strategi eksternal UMKM di 6 kecamatan Kabupaten Probolinggo.

Tabel 4.14 Perhitungan Faktor Faktor Eksternal/EFAS UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo

No.	Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating (1 – 4)	Bobot x Rating	Komentar
Peluang/ Opportunities (O)					
1.	Pemberian Upah/Peningkatan Keuntungan	0,12	4	0,48	Menjadi prioritas dan penting
2.	Perubahan Gaya Hidup Pelanggan/Konsumen	0,09	3	0,27	Penting & harus diperhatikan
3.	Teknologi Baru	0,06	2	0,12	Penting

No.	Faktor Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating (1 – 4)	Bobot x Rating	Komentar
4.	Perbaikan Produktivitas	0,09	3	0,27	Penting & harus dipertahankan
5.	Minat Pelanggan/Konsumen	0,12	4	0,48	Sangat penting dan selalu diperhatikan
6.	Kemasan Produk	0,12	4	0,48	Sangat penting dan selalu diperhatikan
7.	Produk/Citra Rasa yang dihasilkan	0,12	4	0,48	Baik dan harus dipertahankan
8.	Adanya Pembangunan Jalan Tol Trans Jawa – Bali	0,12	4	0,48	Faktor kunci dan menjadi peluang
Ancaman/ Threats (T)					
1.	Tingkat Inflasi	0,03	1	0,03	Waspada dan hati hati
2.	Kenaikan Harga Bahan Baku	0,03	1	0,03	Waspada dan hati hati
3.	Pesaing yang berasal dari UMKM Sejenis dan Berdekatan	0,09	3	0,27	Tantangan dan harus siap bersaing
TOTAL		99%	33	3,12	

Sumber : Data Primer diolah 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 4.14 perhitungan faktor strategis eksternal atau EFAS (*External Factor Analysis Summary*) mengungkapkan lima faktor peluang dikarenakan menawarkan peluang yang signifikan untuk mengembangkan perekonomian dan memperluas atau membina soal UMKM di Probolinggo, kelima unsur ini mendapatkan bobot dan penilaian yang tinggi. Perubahan gaya hidup klien/pembeli, peningkatan efisiensi, dan inovasi baru adalah tiga faktor pintu terbuka yang tersisa, masing-masing dengan bobot 0,09 dan peringkat 3 (sangat baik). Terkait *open door factor* yang sangat penting untuk menggarap perekonomian dan pembinaan UMKM di enam kecamatan Kabupaten Probolinggo, ketiga *open door factor* ini juga harus diperhatikan dan dipertahankan.

Dengan skor 0,03 dan peringkat 1 (sangat lemah), laju inflasi dan kenaikan harga bahan baku merupakan dua faktor ancaman yang paling besar pengaruhnya bagi pelaku UMKM di enam kecamatan Kabupaten Probolinggo. Hal ini karena adanya peningkatan harga produk yang tersedia yang memberikan komponen yang tidak murni yang membuat beberapa pelaku UMKM menaikkan biayanya dan berdampak pada menurunnya minat pembeli atau klien. Semakin tinggi biaya bahan alami, semakin tinggi biaya penjualan. UMKM selebihnya hanya memiliki satu faktor ancaman yaitu pesaing dari UMKM terdekat dan sejenis dengan bobot 0,09 dan rating 3 (cukup rendah). Faktor ini juga yang menyebabkan UMKM di enam kecamatan Kabupaten Probolinggo memasarkan produknya dengan hati-hati dan hati-hati.

7. Matriks SWOT UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo

Tabel 4.15 Penentuan Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan/<i>Strength</i> (S) - Memiliki Pelanggan Tetap - Harga yang terjangkau - Strategi Penjualan - Memiliki Tempat Distribusi yang tetap - Melakukan Promosi dengan Menggunakan Media Elektronik - Melakukan Promosi secara langsung - Produk/ Citra Rasa yang berkualitas - Memiliki Produk/ Citra Rasa yang khas dan unik - Kemasan Produk yang menarik - Pengalaman yang dimiliki karyawan	Kelemahan/<i>Weakness</i> (W) - Sistem pembukuan atau sistem pencatatan kas masuk dan kas keluar. - Jenjang Pendidikan yang dimiliki karyawan - Kemampuan yang dimiliki karyawan - Pelatihan untuk karyawan pemula - Akses modal atau pinjaman - Akses pemasaran yang tidak dipahami - Sulit mengembalikan modal yang berasal dari lembaga pinjaman
Peluang/<i>Opportunities</i> (O) - Pemberian Upah atau Peningkatan Keuntungan - Perubahan Gaya Hidup Pelanggan/ Konsumen - Teknologi Baru - Perbaikan Produktivitas - Minat Pelanggan/ Konsumen - Kemasan Produk - Produk/ Citra Rasa yang dihasilkan - Adanya pembangunan jalan Tol Trans Jawa – Bali	Strategi SO - Memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi di media sosial - Memanfaatkan teknologi baru untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk - Menghasilkan produk atau citra rasa yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga menambah pelanggan atau konsumen serta meningkatkan pemberian upah atau peningkatan keuntungan - Memiliki kemasan produk yang menarik sehingga terlihat mahal dan layak dibeli atau dikonsumsi untuk pelanggan atau konsumen.	Strategi WO - Mengikutsertakan SDM yang dimiliki dan dimasukkan ke dalam pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan. - Memperbanyak inovasi dan kreatifitas sekaligus melatih kemampuan karyawan. - Menghasilkan produk atau citra rasa yang beraneka ragam atau yang khas serta unik untuk dibeli dan dikonsumsi oleh pelanggan atau konsumen
Ancaman/<i>Threats</i> (T) - Tingkat Inflasi - Kenaikan Harga Bahan Baku - Pesaing yang berasal dari UMKM sejenis dan berdekatan	Strategi ST - Menciptakan inovasi yang menarik untuk dapat bersaing secara sehat dengan pelaku UMKM yang sejenis lainnya. - Menghasilkan produk atau citra rasa dengan khas sehingga pelanggan atau konsumen dapat membedakan produk atau citra rasa di usaha UMKM lainnya. - Menyediakan stock produk untuk mengantisipasi kenaikan harga bahan baku.	Strategi WT - Mengikuti pelatihan sesama pelaku UMKM yang diadakan pemerintah setempat untuk memahami pembuatan pembukuan agar dapat mengelola keuangan secara baik dan benar. - Pelaku usaha UMKM juga harus memberikan pelatihan kepada yang memiliki karyawan agar usahanya memiliki produk yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri agar dapat bersaing dengan pelaku usaha UMKM lainnya.

Sumber : Data Primer diolah 2023

8. Keterangan Matriks SWOT

a) Kombinasi Strategi *Strengths* dan *Opportunities* (SO)

Meningkatkan promosi melalui media sosial, meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk atau citra rasa, memberikan harga yang terjangkau dan kemasan yang menarik.

b) Kombinasi Strategi *Weaknesses* dan *Opportunities* (WO)

Meningkatkan SDM dengan memberikan pelatihan khusus kepada karyawan, meningkatkan inovasi dan kreativitas dan meningkatkan produk atau citra rasa yang beraneka ragam serta unik.

c) Kombinasi Strategi *Strengths* dan *Threats* (ST)

Meningkatkan produk atau citra rasa yang khas, meningkatkan stock bahan baku, dan memberikan inovasi yang menarik untuk dapat bersaing dengan UMKM sejenis.

d) Kombinasi Strategi *Weaknesses* dan *Threats* (WT)

Memberikan pelatihan sesama pelaku UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah setempat, dan memberikan kualitas SDM karyawan yang berkualitas dan unik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi bisnis para pelaku pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo sebanyak 55 pelaku UMKM sebagian besar masih dengan memanfaatkan promosi online di media sosial, membuat inovasi yang baru, memberikan produk atau citra rasa yang berkualitas, khas serta unik, kemasan produk yang menarik, dan juga sebagian besar masih menerapkan dengan cara menyesuaikan minat atau perubahan gaya hidup konsumen tanpa melaporkan atau tidak membuat pencatatan laporan keuangan usahanya sehingga strategi bisnisnya yang dimilikinya kurang maksimal untuk berkembang dikarenakan sebanyak 20 para pelaku UMKM dari 55 pelaku di 6 kecamatan Kabupaten Probolinggo masih menganggap sebuah sistem informasi akuntansi atau pencatatan keuangan usahanya itu tidak penting atau kurang penting.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa peran implementasi sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan strategi bisnis pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo pada 55 pelaku UMKM, sebagian besar sebanyak 35 pemilik UMKM masih menerapkan dengan menggunakan sistem manajemen tradisional atau secara manual serta ada juga beberapa pelaku pemilik UMKM di Kabupaten Probolinggo ini masih juga menerapkan dengan cara menggunakan sistem menyimpan semua bukti transaksinya. Dikarenakan sebanyak 28 dari 55 pemilik UMKM di 6 kecamatan Kabupaten Probolinggo memiliki pemahaman yang sebagian besar tidak paham dan kurang paham mengenai pengetahuan atau pemahaman sistem informasi akuntansi atau tidak paham dan kurang paham yang mengenai sistem pencatatan atau sistem pembukuan pada pelaporan keuangan di usahanya sehingga mereka semua tidak dapat menerapkannya secara efektif dan efisien di kehidupan sehari-harinya di dalam meningkatkan usahanya.

Keterbatasan

1. Peneliti memiliki keterbatasan dalam hal para pemilik UMKM tidak ingin terbuka saat peneliti melakukan penelitian dalam melakukan penyebaran kuesioner secara *online*. Hal ini disebabkan karena sebagian besar para pelaku UMKM pernah menjadi korban penipuan.
2. Peneliti memiliki keterbatasan dalam hal pengambilan sampel atau subyek penelitian dikarenakan pengambilannya tidak proporsional.

3. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti menggunakan kuesioner terbuka dan secara *online*. Dalam metode pengumpulan data tersebut sebagian besar para pemilik UMKM menjawab dengan jawaban yang singkat pada kuesioner tersebut.
4. Peneliti yang memilih dan menentukan jenis industri UMKM tidak hanya fokus pada 1 jenis industri UMKM saja di 6 kecamatan Kabupaten Probolinggo
5. Peneliti memiliki keterbatasan pada pemahaman yang dimiliki oleh para pelaku pemilik usaha UMKM di 6 Kecamatan Kabupaten Probolinggo mengenai pemahaman sistem informasi akuntansi tersebut.

Saran

1. Bagi para informan atau narasumber diharapkan mampu lebih terbuka kembali dengan cara tidak perlu ragu atas apa yang ditimpa di dalam usahanya untuk menghasilkan kualitas penelitian yang lebih baik.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar untuk memilih jenis penelitian kuantitatif dikarenakan dapat mengukur secara proporsional dalam hal pemilihan subyek atau sampel penelitian.
3. Selain menyebarkan kuesioner secara online, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan wawancara langsung dengan pemilik UMKM.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar untuk dapat menentukan dan memilih jenis industri UMKM nya terlebih dahulu yang akan dijadikan sebuah sampel atau subyek penelitian.
5. Bagi pihak terkait perlu melakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait sistem informasi akuntansi kepada seluruh UMKM yang ada di Kabupaten Probolinggo guna agar lebih mengetahui serta memahami mengenai sistem informasi akuntansi dengan harapan para pemilik UMKM dapat menerapkannya dan mengembangkan strategi usahanya dengan mengimplementasikan sistem informasi akuntansi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, A., & Setiawan, H. (2019). Peran Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada UD FADILLAH MAKMUR. *Skripsi, June*, 1–82.
- Ameraldo, F., & Ghazali, N. A. M. (2021). Factors Influencing the Extent and Quality of Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Shari'ah Compliant Companies, *International Journal of Business and Society*, 22(2), 960-984.
- Ameraldo, F., Saiful, S., & Husaini, H. (2019). Islamic Banking Strategies in Rural Area: Developing Halal Tourism and Enhancing The Local Welfare. *Ikonomika*, 4(1), 109-135.
- Bismillah, L., & Handayani, S. (2014). Model Manajemen UMKM Berbasis Analisis SWOT. *In Prosiding Seminar Nasional PB31 ITM*, 437–446.
- Bodnar, George H. & William S. Hopwood. 2001. 8th edition. *Sistem Informasi Akuntansi*”, Jakarta : PT. INDEKS Kelompok Gramedia.
- Cahyati, W., & Sari, Y. P. (2021). Peran sistem informasi akuntansi dalam meningkatkan bisnis umkm. *Jurnal PUSDANSI*, 1(3), 1–10.
- Dahlan, Y., Moh., (2003). *Kamus Induk Istilah Ilmiah*. Surabaya : Target Press.
- DataIndonesia. 2022., Berapa Jumlah UMKM di Indonesia? Diambil kembali dari: <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>
- Fauzi, R. A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi (Berbasis Akuntansi)*. Deepublish.
- Febrian, A., Bangsawan, S., Ms, M., & Ahadiat, A. Y. I. (2021). Digital Content Marketing Strategy in Increasing Customer Engagement in Covid-19 Situation. *Intenational Journal of Pharmaceutical Research*, 13(01), 4797-4805. <https://doi.org/10.31838/ijpr/2021.13.01.684>
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021a). Brand Trust As Celebrity Endorser Marketing Moderator’S Role. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(1), 207-216.

- <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.01.19>
- Febrian, A., & Hapsari, Chintia Annisa Vina. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Mediasi. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 279-287
- Febrian, A., & Vinahapsari, C. A. (2020). Brand equiry s mediated in influencing purchase intentions on e commerce. *Journal of Engineering & Management*, 3703-3710
- Hakiki, A., Rahmawati, M., & Novriansyah, A. (2020). Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kota Daro, Kabupaten Ogan Ilir. *Sri Commerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 1(1), 55-62.
- Halpiah, H., & Putra, H. A. (2022). Implementasi Akuntansi Sebagai Strategi Bisnis Ukm. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 308-321.
- Hartono, J., Nahartyo, E., Misra, F., Bastian, I., Saputro, J. A., Sholihin, M., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Strategi Penelitian Bisnis.
- Hasanuddin Remmang, (2021). Perencanaan Bisnis UMKM. SAH MEDIA.
- Hosseininia, G., & Ramezani, A. (2016). Factors influencing sustainable entrepreneurship in small and medium-sized enterprises in Iran: A case study of the food industry. *Sustainability (Switzerland)*, 8(10).
- Ibid, Suwarsono Muhammad (2008). Manajemen Strategik : Konsep dan Kasus.
- Indriyo Gitosudarmo (2001). Manajemen Keuangan. Yogyakarta : BPFE.
- John W. Creswell (2015). Penelitian Kualitatif dan Desain Riset. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Junaidin., Utaya, Sugeng., Astina, Komang., (2019). Tradisi Pamali Manggodo masyarakat adat Sambori dalam Perspektif Fenomenologi. MNC Publishing.
- Kompas. 2021. Kaleidoskop 2021: Tahun Penuh Harapan bagi Pelaku UMKM. Diambil kembali dari [kompas.com: https://money.kompas.com/read/2021/12/29/114430626/kaleidoskop-2021-tahun-penuh-harapan-bagi-pelaku-umkm?page=all](https://money.kompas.com/read/2021/12/29/114430626/kaleidoskop-2021-tahun-penuh-harapan-bagi-pelaku-umkm?page=all)
- Krismiaji. 2002. "Sistem Informasi Akuntansi", Yogyakarta
- Mardia, M., Tanjung, R., Karim, A., Ismail, M., Wagiu, E. B., Sudarmanto, E., & Ardiana, D. P. Y. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Dan Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Mahatmya, A. (2014). Sistem informasi akuntansi suatu pengantar. Deepublish.
- Marina, A., Wahjono, S. I., & Suarni, A. (2018). Sistem informasi akuntansi: teori dan praktikal. UMSurabaya Publishing.
- Musmini, L. S. (2013). Sistem Informasi Akuntansi untuk Menunjang Pemberdayaan Pengelolaan Usaha Kecil (Studi Kasus Pada Rumah Makan Taliwang Singaraja). *VOKASI Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), 62-81.
- Pradipa, A. (2021). *Harga Emas Dunia, Harga Minyak Dunia, dan Saham Pertambangan di Bursa Efek Indonesia*. Universitas Gadjah Mada.
- Rahmawati, E.T., Subagyo, S., & Budiadi, D.(2019). Impementasi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi UMKM dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0. *Cahaya Aktiva*, 09(02), 63-77
- Rakib, M. (2022). Strategi Pemasaran Bisnis. Media Sains Indonesia.
- Rama, J. (2008). *Sistem Informasi Akuntansi 1*. Penerbit Salemba.
- Rangkuti, F. (1998). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis . Gramedia Pustaka Utama.
- Romney, Marshall dan Paul John Steinbart (2006). Sistem Informasi Akuntansi. Jakarta ; Salemba Empat.
- Rosmalasari, T. D. (2017). Analisa Kinerja Keuangan Perusahaan Agroindustri Go Publik Sebelum dan Pada Masa Krisis. *Jurnal Ilmiah GEMA EKONOMI*, 3(2 Agustus), 393-400

- Sabilla, S. O., & Wijayangka, C. 2019. Pengaruh literasi keuangan terhadap pertumbuhan usaha pada UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 145-152.
- Sedyastuti, K., Suwarni, E., Rahadi, D. R., & Handayani, M. A. (2021). Human Resources Competency at Micro, Small and Medium Enterprises in Palembang Songket Industry. *Proceedings of the 2nd Annual Conference on Social Science and Humanities (ANCOSH 2020)*, 542(Ancosh 2020), 248-251. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210413.057>
- Sim, Suryadharma. (2019). *Pengantar Akuntansi (Basic Accounting)*. Ponorogo;Uwais Inspirasi Indonesia.
- Sugiarto, Eko (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif:Skripsi dan Tesis*.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sutabri, Tata. (2004). *Sistem Informasi Akuntansi*. Yogyakarta.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM Indonesia. Buku Dosen-2014*.
- Two, V. (2007). *ACCOUNTING. Horngren Dkk*.
- Undang-undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Vehovar, V., Toepoel, V., & Steinmetz, S. (2016). *Pengambilan sampel non-probabilitas* (hlm. 329-345). Buku pegangan Sage tentang metode survei.
- Wahyudi, A. (2009). Penggunaan Teknologi Informasi Di Dunia Bisnis Dan Perbankan. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 7(1), 12–18.
- Wijaya, David. 2018. *Akuntansi Usaha Mikro Kecil Menengah*, Yogyakarta : GAVA MEDIA.
- Wijaya, D. (2018). *Akuntansi Umkm*.
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi*. UGM PRESS.