

Peran Digitalisasi Akuntansi dan Pemanfaatan *E-Commerce* dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner yang Dikelola Generasi Z di Kota Malang

Faiza Meila Safira^{1*}, Moh Amin², Junaidi³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang.

*Email Korespondensi : faizameilasafira12@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate and evaluate how the competitive advantage of culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) run by Generation Z in Malang City is affected by accounting digitization and e-commerce. This study employs a survey method in conjunction with a quantitative approach. 120 Generation Z culinary MSME owners were given questionnaires to complete in order to gather primary data. The findings demonstrate that e-commerce and accounting digitalization significantly and favorably impact competitive advantage. According to this study, improving the competitiveness of culinary MSMEs requires the use of digital technologies in online marketing and financial administration.

Keywords: *Accounting digitalization, e-commerce, competitive advantage, culinary msme, generation z.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat mengurangi biaya tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM juga menjadi sektor yang relatif tangguh dalam menghadapi perubahan kondisi ekonomi. Di Kota Malang, sektor UMKM kuliner berkembang cukup pesat seiring meningkatnya aktivitas pendidikan, pariwisata, dan konsumsi masyarakat. Namun, tingginya jumlah pelaku usaha kuliner menyebabkan tingkat persaingan semakin ketat, sehingga UMKM Penting untuk memiliki kemampuan bersaing agar mampu berkembang secara berkelanjutan.

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan usaha dalam menciptakan nilai yang lebih baik daripada pesaing berdasarkan harga, kualitas produk, atau layanan yang diberikan kepada konsumen (Porter, 1985). Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), keunggulan bersaing dapat dicapai apabila pelaku usaha mampu mengelola sumber daya internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan (Barney, 1991). Bagi UMKM kuliner, sumber daya tersebut tidak hanya berupa aset fisik, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung operasional dan strategi usaha.

Kemajuan teknologi digital membuka peluang bagi UMKM dalam meningkatkan keunggulan bersaing melalui penerapan digitalisasi akuntansi dan pemanfaatan *e-commerce*. Penerapan digitalisasi akuntansi memudahkan pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan serta pengelolaan keuangan yang lebih efisien dan akurat, serta sistematis. Informasi keuangan yang terdigitalisasi dapat membantu pelaku usaha dalam mengontrol biaya, mengevaluasi kinerja usaha, serta mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat (Hanafi et al., 2023). Dengan demikian, digitalisasi akuntansi dapat menjadi sumber daya strategis yang mendukung peningkatan daya saing UMKM.

Selain digitalisasi akuntansi, *e-commerce* berperan penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* memberikan kesempatan bagi pelaku usaha dalam memperluas cakupan pasar, meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen (Manaf et al., 2020). Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), Tingkat penerimaan teknologi ditentukan oleh persepsi pengguna

mengenai manfaat serta kemudahan dalam penggunaannya (Davis, 1989). Apabila pelaku UMKM menilai *e-commerce* memberikan manfaat nyata dan mudah digunakan, maka tingkat adopsinya akan semakin tinggi dan berdampak positif terhadap kinerja usaha.

UMKM kuliner yang dikelola oleh generasi muda atau Generasi Z memiliki potensi besar dalam mengadopsi teknologi digital. Generasi ini dikenal memiliki tingkat literasi digital yang tinggi, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta cenderung inovatif dalam menjalankan usaha (Sarjito, 2025). Namun, pada praktiknya pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* oleh UMKM kuliner yang dikelola generasi muda belum sepenuhnya optimal. Masih terdapat pelaku usaha yang menggunakan teknologi secara terbatas dan belum menjadikannya sebagai strategi utama dalam membangun keunggulan bersaing.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi maupun *e-commerce* secara individu berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM (Hanafi et al., 2023; Hasibuan et al., 2023). Namun, penelitian yang mengkaji pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan, khususnya pada UMKM kuliner yang dikelola oleh Kajian mengenai Generasi Z di Kota Malang masih relatif terbatas, sehingga penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner yang dikelola oleh generasi muda di Kota Malang.

Kontribusi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM kuliner, pemerintah atau instansi terkait, dan peneliti selanjutnya. Bagi pelaku UMKM kuliner, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pentingnya digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* dalam meningkatkan keunggulan bersaing usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi instansi terkait dalam penyusunan kebijakan dan program pengembangan UMKM berbasis digital, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya di bidang akuntansi dan manajemen UMKM.

TINJAUAN PUSTAKA

Resource-Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) Mengemukakan bahwa keunggulan bersaing dapat diraih ketika suatu usaha mampu mengelola sumber daya internal yang memiliki nilai tinggi, jarang dimiliki, dan tidak mudah ditiru, dan tidak mudah digantikan (Barney, 1991). Dalam konteks UMKM kuliner, pemanfaatan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* dapat diposisikan sebagai sumber daya strategis yang mendukung efisiensi operasional dan penguatan daya saing. Oleh karena itu, teori RBV relevan untuk menjelaskan Peranan digitalisasi akuntansi dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing UMKM

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) Mengemukakan bahwa tingkat penerimaan teknologi ditentukan oleh persepsi pengguna mengenai manfaat dan kemudahan dalam penggunaannya (Davis, 1989). Pelaku UMKM akan menggunakan teknologi ketika mereka percaya bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Teori ini relevan untuk menjelaskan penerimaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM, khususnya generasi muda (Gen Z), dalam mendukung peningkatan keunggulan bersaing usaha.

Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan suatu usaha untuk tampil lebih unggul dibandingkan pesaing melalui nilai Yang diberikan kepada konsumen, mencakup harga, kualitas produk, serta pelayanan (Porter, 1985). Bagi UMKM kuliner, keunggulan bersaing menjadi faktor penting agar usaha mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat dan perubahan preferensi konsumen yang cepat.

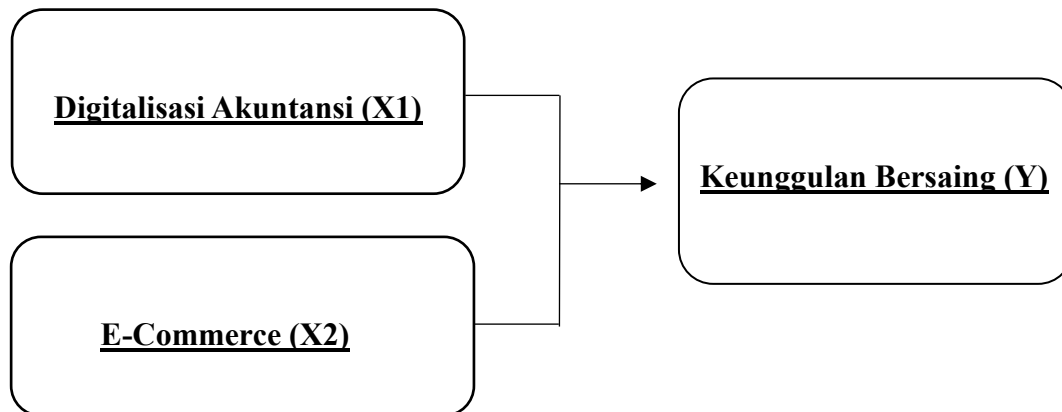
Digitalisasi Akuntansi

Digitalisasi akuntansi merupakan pemanfaatan penerapan teknologi digital pada proses pencatatan, pengolahan, dan pelaporan keuangan usaha untuk meningkatkan efisiensi dan ketepatan informasi. Digitalisasi akuntansi membantu pelaku UMKM dalam mengelola informasi keuangan secara sistematis sehingga memudahkan pengambilan keputusan bisnis dan pengendalian operasional usaha. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), digitalisasi akuntansi Dapat dikategorikan sebagai sumber daya strategis yang berkontribusi terhadap peningkatan keunggulan bersaing UMKM (Barney, 1991; Hanafi et al., 2023).

E-Commerce

E-commerce didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet, baik dalam bentuk promosi maupun transaksi jual beli. Pemanfaatan *e-commerce* mendukung UMKM dalam memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan efisiensi pemasaran, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM), teknologi akan digunakan apabila dianggap bermanfaat dan mudah digunakan oleh penggunanya, sehingga penerapan *e-commerce* dapat memberikan dampak positif terhadap keunggulan bersaing UMKM (Davis, 1989; Manaf et al., 2020).

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori *Resource-Based View* (RBV) dan *Technology Acceptance Model* (TAM), serta didukung oleh dengan merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Digitalisasi akuntansi berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner yang dikelola oleh generasi muda (Gen Z) di Kota Malang.

H2: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner yang dikelola oleh generasi muda (Gen Z) di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif untuk memahami dampak digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap UMKM kuliner. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei dengan instrumen kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner penyebaran. Kuesioner disajikan dalam bentuk pernyataan dan diukur menggunakan skala Likert dengan rentang 1 hingga 5.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM sektor kuliner di Kota Malang yang dikelola oleh generasi muda (Gen Z). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan

dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden yang ditetapkan adalah sebagai berikut: Pemilik atau pengelola UMKM kuliner yang berlokasi di Kota Malang (Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, Lowokwaru).

1. Termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir antara tahun 1995–2010)
2. UMKM yang telah memanfaatkan digitalisasi Akuntansi dan *E-Commerce* dalam operasional bisnisnya

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), serta analisis statistik deskriptif. Selanjutnya, pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. untuk mengetahui pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), dan uji koefisien determinasi (R^2). Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen penelitian, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi instrumen. Uji asumsi klasik Dilakukan untuk memastikan kelayakan data regresi dan menggambarkan karakteristik data penelitian.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek atau karakteristik yang ditentukan untuk dipelajari guna memperoleh informasi yang kemudian dijadikan dasar penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2023). Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keunggulan kuliner UMKM. Variabel independen adalah variabel yang diharapkan memiliki dampak pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi *e-commerce* dan digitalisasi akuntansi..

Definisi Operasional Variabel

Digitalisasi Akuntansi (X1)

Digitalisasi akuntansi dalam penelitian ini diartikan sebagai pemanfaatan teknologi digital, seperti aplikasi atau *software* akuntansi, dalam proses pencatatan, pengolahan, dan pelaporan informasi keuangan UMKM guna meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kualitas pengelolaan keuangan usaha. Penerapan digitalisasi akuntansi memungkinkan pelaku UMKM untuk mengelola data keuangan secara lebih sistematis sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan bisnis dan peningkatan keunggulan bersaing (Hanafi et al., 2023; Dwirini et al., 2025).

Indikator digitalisasi akuntansi dalam penelitian ini meliputi:

1. Penggunaan software atau aplikasi akuntansi dalam pencatatan keuangan.
2. Penerapan teknologi untuk mengotomatisasi proses akuntansi.
3. Pengelolaan informasi keuangan secara teratur dan sistematis.

E-Commerce (X2)

E-commerce dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pemanfaatan media digital berbasis internet oleh UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran dan transaksi jual beli secara online. Penerapan *e-commerce* memiliki tujuan untuk memperluas cakupan pasar dan meningkatkan efektivitas promosi, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Pemanfaatan *e-commerce* yang optimal diharapkan dapat Memperkuat daya saing UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. (Manaf et al., 2020; Hasibuan et al., 2023)

Indikator *e-commerce* dalam penelitian ini meliputi:

1. Ketersediaan dan kejelasan informasi produk.

2. Kemudahan yang disediakan dalam proses transaksi.
3. Tingkat keamanan dalam transaksi online.
4. Tingkat kepercayaan konsumen terhadap platform yang digunakan.
5. Kenyamanan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Keunggulan Bersaing (Y)

Keunggulan bersaing merupakan kemampuan UMKM untuk menunjukkan keunggulan dibandingkan pesaing melalui nilai Yang disajikan kepada konsumen, mencakup harga, keunikan produk, serta kemampuan mempertahankan posisi di pasar. Keunggulan bersaing menjadi faktor penting bagi keberlanjutan UMKM kuliner, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat (Porter, 1985; Erza, 2022).

Indikator keunggulan bersaing dalam penelitian ini meliputi:

1. Harga produk yang kompetitif.
2. Keunikan produk yang membedakan dari pesaing.
3. Produk yang tidak mudah digantikan oleh produk lain.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	120	3.00	5.00	4.0500	.70829
Y2	120	2.00	5.00	3.9000	.72645
Y3	120	2.00	5.00	3.7250	.77744
Y4	120	2.00	5.00	3.4750	.76655
Y5	120	2.00	5.00	3.2750	.78817
X1.1	120	2.00	5.00	3.2583	.93031
X1.2	120	1.00	5.00	2.9583	.96490
X1.3	120	1.00	5.00	2.6250	1.04570
X2.1	120	1.00	5.00	3.4000	.81375
X2.2	120	1.00	5.00	3.1750	.77419
X2.3	120	1.00	5.00	2.9417	.80226
X2.4	120	1.00	5.00	2.7833	.80108
X2.5	120	1.00	5.00	2.5750	.76326
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Data Primer 2025

Berdasarkan tabel hasil Analisis Statistik Deskriptif

1. Digitalisasi akuntansi memiliki nilai mean 2,63–3,26, yang menunjukkan tingkat penerapan berada pada kategori sedang dan belum optimal.
2. *E-commerce* memiliki nilai mean 2,58–3,40, yang mengindikasikan pemanfaatannya sudah dilakukan namun masih perlu ditingkatkan.
3. Keunggulan bersaing memiliki nilai mean 3,28–4,05, yang menunjukkan UMKM kuliner telah memiliki keunggulan bersaing yang cukup baik.

b. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Keunggulan Bersaing (Y)	Y1	0.925	0,179	Valid
	Y2	0.930	0,179	Valid
	Y3	0.931	0,179	Valid
	Y4	0.922	0,179	Valid
	Y5	0.930	0,179	Valid
	X1.1	0.958	0,179	Valid

Variabel	Item pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Digitalisasi Akuntansi (X1)	X1.2	0.961	0,179	Valid
	X1.3	0.966	0,179	Valid
Commerce (X2)	X2.1	0.937	0,179	Valid
	X2.2	0.925	0,179	Valid
	X2.3	0.936	0,179	Valid
	X2.4	0.939	0,179	Valid
	X2.5	0.932	0,179	Valid

Sumber : Data Primer 2025

Uji validitas menunjukkan nilai r tabel sebesar 0,179 ($\alpha = 5\%$, $n = 120$). Seluruh item pernyataan memiliki r hitung $>$ r tabel, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan layak digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach' Alpha	Simpulan
Digitalasi akuntansi (X1)	0,880	Reliabel
E-Commerce (X2)	0,831	Reliabel
Keunggulan Bersaing (Y)	0.831	Reliabel

Sumber : Data Primer 2025

Seluruh variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60.

c. Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Statistic	df	Sig.
Keunggulan Brsaing	.085	120	.059
Digitalisasi Akuntansi	.086	120	.059
E-commerce	.082	120	.066
a. Lilliefors Significance Correction			

Sumber : Data Primer 2025

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig $>$ 0,05 pada seluruh variabel ($Y = 0,059$; $X1 = 0,059$; $X2 = 0,066$), sehingga data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.391	.612		2.272	.025		
	Digitalisasi Akuntansi	.603	.039	.525	15.659	.000	.991	1.009
	E-commerce	.764	.031	.821	24.504	.000	.991	1.009
a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing								

a. Dependent Variable: Keunggulan Brsaing

Sumber : Data Primer 2025

Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance $>$ 0,10 dan VIF $<$ 10 pada seluruh variabel (Tolerance = 0,991; VIF = 1,009), sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.906	.489		1.850
	Digitalisasi Akuntansi	.053	.031	.156	1.728
	E-commerce	-.049	.025	-.176	-1.952

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber : Data Primer 2025

Uji heteroskedastisitas (Glejser) menunjukkan nilai signifikansi > 0,05 pada seluruh variabel (digitalisasi akuntansi = 0,087; *e-commerce* = 0,053), sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.391	.612		2.272
	Digitalisasi Akuntansi	.603	.039	.525	15.659
	E-commerce	.764	.031	.821	24.504

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Primer 2025

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 1,391 + 0,603X_1 + 0,764X_2$. Nilai konstanta sebesar 1,391 menunjukkan nilai keunggulan bersaing ketika digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* bernilai nol. Koefisien regresi digitalisasi akuntansi sebesar 0,603 dan *e-commerce* sebesar 0,764 menunjukkan bahwa kedua variabel berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, di mana peningkatan masing-masing variabel akan meningkatkan keunggulan bersaing UMKM kuliner.

f. Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (F)

Tabel 8 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1079.569	2	539.785	390.493
	Residual	161.731	117	1.382	
	Total	1241.300	119		

a. Dependent Variable: Keunggulan Brsaing

b. Predictors: (Constant), E-commerce, Digitalisasi Akuntansi

Sumber : Data Primer 2025

Uji F (simultan) menunjukkan nilai Fhitung = 390,493 dengan sig. 0,000 < 0,05, sehingga digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing dan model regresi layak digunakan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.933 ^a	.870	.867	1.17572

a. Predictors: (Constant), E-commerce, Digitalisasi Akuntansi

Sumber : Data Primer 2025

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan nilai R = 0,933 yang menandakan hubungan sangat kuat, dengan R Square = 0,870, sehingga 87,0% keunggulan

bersaing dapat dijelaskan oleh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*, sedangkan 13,0% dipengaruhi faktor lain

3. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 10 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.391	.612		2.272	.025
	Digitalisasi Akuntansi	.603	.039	.525	15.659	.000
	E-commerce	.764	.031	.821	24.504	.000
a. Dependent Variable: Keunggulan Brsaing						

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Sumber : Data Primer 2025

1. Digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai t hitung = 15,659 dan sig. 0,000 < 0,05.
2. *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai t hitung = 24,504 dan sig. 0,000 < 0,05.

Pembahasan

1. Pengaruh Digitalisasi Akuntansi terhadap Keunggulan Bersaing

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa penerapan digitalisasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan sistem akuntansi digital mampu membantu pelaku UMKM dalam menyajikan Penyajian informasi keuangan yang lebih akurat dan terstruktur memungkinkan pengambilan keputusan usaha yang lebih efektif. Berdasarkan perspektif *Resource-Based View* (RBV), teknologi akuntansi digital merupakan sumber daya internal yang bernilai serta tidak mudah ditiru, sehingga mampu mendukung terciptanya keunggulan bersaing jangka panjang (Barney, 1991). Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian Hanafi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional dan daya saing UMKM.

2. Pengaruh E-Commerce terhadap Keunggulan Bersaing

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. *Pemanfaatan e-commerce* memungkinkan pelaku UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta mempermudah proses transaksi dengan konsumen. Temuan ini didukung oleh *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa teknologi akan diterima dan digunakan apabila memberikan manfaat serta mudah digunakan oleh penggunanya (Davis, 1989). Penelitian ini sejalan dengan Manaf et al. (2020) dan Hasibuan et al. (2023) yang menemukan bahwa *e-commerce* mampu meningkatkan keunggulan bersaing UMKM melalui peningkatan akses pasar dan penjualan..

3. Perbandingan Pengaruh Digitalisasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil analisis regresi, *e-commerce* menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan digitalisasi akuntansi terhadap keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks UMKM kuliner, faktor pemasaran dan interaksi langsung dengan konsumen melalui *platform* digital memberikan dampak yang lebih cepat terhadap peningkatan daya saing usaha. Meskipun demikian, digitalisasi akuntansi tetap memiliki peran penting sebagai pendukung pengelolaan internal usaha. Oleh karena itu, penerapan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* secara simultan dapat saling melengkapi dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM kuliner (Porter, 1985).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Temuan penelitian ini membuktikan bahwa digitalisasi akuntansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner Generasi Z di Kota Malang. Selain itu, *e-commerce* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Secara simultan, digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berkontribusi dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM kuliner, sehingga penerapan teknologi digital menjadi faktor penting dalam mendukung daya saing usaha.

Keterbatasan

Penelitian ini tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan, salah satunya terkait nilai *koefisien* determinasi yang masih terbatas, penggunaan kuesioner sebagai satu-satunya metode pengumpulan data yang bergantung pada persepsi responden, serta objek penelitian yang hanya mencakup UMKM kuliner Generasi Z di Kota Malang, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas.

Saran

Penelitian berikutnya diharapkan dapat memasukkan variabel tambahan yang berkaitan dengan aspek akuntansi dan strategi usaha, menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam seperti wawancara atau observasi, serta memperluas objek dan wilayah penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. Journal of Management.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly: Management Information Systems*. 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Dwirini, D., Zuhroh, S., & Subekti, R. (2025). Digitalisasi Akuntansi, Persaingan dan Jejaring Sosial Pada UMKM Kuliner Palembang. *Owner*, 9(1), 529–541. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2588>
- Erza, ryan dwi. (2022). *PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM COFFEE SHOP DI KECAMATAN MEDAN BARU*.
- Hasibuan, M., Pane, S., Siregar, R. A., Silalahi, P. R., Negeri, U. I., & Utara, S. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus UMKM pada Ulos Sianipar Medan). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 5(1), 87–93. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/jimmmba/index>
- Manaf, S., Hasan, L. D., Musawantoro, M., & Zainal, F. A. (2020). Pengaruh Kegiatan Pemasaran Online (E-Commerce) terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kuliner Tradisional Di Sulawesi Selatan. *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)*, 2(1), 66–72.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Roy Hanafi, Hazzar Al Oktha Rahmatika, Salsabila Aprilia, & Maria Yovita R Pandin. (2023). Penerapan Digital Accounting Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Pada UKM Kec. Benowo Surabaya. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 254–263. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1678>
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Vol. 17).