



JAFM:
**Journal of Accounting and
Finance Management**

E-ISSN: 2721-3013
P-ISSN: 2721-3005

<https://dinastires.org/JAFM> dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455

DOI: <https://doi.org/10.38035/jafm.v7i2>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Promosi dan Pemanfaatan Aplikasi Grabfood Terhadap Pendapatan Umkm Kuliner di Kota Selong

Muhammad Abizar Al Gifari¹, A.M Maturidi²

¹Universitas Gunung Rinjani, Lombok Timur, Indonesia, muhammadabizaralgifari1@gmail.com

²Universitas Gunung Rinjani, Lombok Timur, Indonesia, abumansyurmaturidi@gmail.com

Corresponding Author: muhammadabizaralgifari1@gmail.com¹

Abstract: *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting Indonesia's economic growth. However, increasing business competition and the rapid development of digital technology require culinary MSMEs to improve financial management, promotional strategies, and the utilization of digital platforms to maintain and increase their income. Previous studies examining the effects of Accounting Information Systems, promotion, and digital platform utilization on MSME income have reported inconsistent findings, indicating the need for further investigation. This study aims to analyze the effects of Accounting Information Systems, promotion, and GrabFood utilization on the income of culinary MSMEs in Selong City. A quantitative approach was employed using primary data collected through questionnaires from 94 culinary MSME owners selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results indicate that Accounting Information Systems have a positive and significant effect on MSME income, promotion has no significant effect on MSME income, while GrabFood utilization has a positive and significant effect on MSME income. Simultaneously, the three independent variables significantly influence MSME income, with an Adjusted R Square value of 39.5%, indicating that 39.5% of the variation in MSME income is explained by the proposed model. This study contributes to the literature by integrating Accounting Information Systems, promotion, and GrabFood utilization within the context of culinary MSMEs in Selong City, providing empirical evidence regarding the role of digital business resources in improving MSME income.*

Keywords: *Accounting Information Systems, Promotion, GrabFood Utilization, MSME Income, Culinary MSMEs.*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, meningkatnya persaingan usaha dan perkembangan teknologi digital menuntut pelaku UMKM, khususnya sektor kuliner, untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan, strategi promosi, serta pemanfaatan platform digital guna meningkatkan pendapatan usaha. Berbagai penelitian sebelumnya mengenai pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan platform digital terhadap pendapatan UMKM masih menunjukkan hasil yang belum konsisten, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner

di Kota Selong. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 94 pelaku UMKM kuliner yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sedangkan pemanfaatan aplikasi GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM dengan nilai Adjusted R Square sebesar 39,5%, yang menunjukkan bahwa sebesar 39,5% variasi pendapatan UMKM dapat dijelaskan oleh model penelitian. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan mengintegrasikan Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood dalam menjelaskan pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong, sehingga dapat memperkaya kajian mengenai pemanfaatan sumber daya informasi, strategi pemasaran, dan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Kata Kunci: Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, Pemanfaatan Aplikasi GrabFood, Pendapatan UMKM, UMKM Kuliner

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Selain berkontribusi terhadap pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar serta berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM memberikan kontribusi lebih dari 61% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Kontribusi tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan dan perkembangan UMKM menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga stabilitas perekonomian nasional, terutama di tengah meningkatnya persaingan usaha dan percepatan transformasi digital.

Di tengah perkembangan teknologi informasi, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Digitalisasi telah mengubah perilaku konsumen dalam mencari informasi, melakukan transaksi, hingga memilih produk yang akan dibeli. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperbaiki pengelolaan keuangan, mengembangkan strategi promosi yang efektif, serta memanfaatkan berbagai platform digital sebagai sarana pemasaran dan distribusi produk. Kemampuan UMKM dalam mengelola sumber daya tersebut menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan usaha dan peningkatan pendapatan.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan pesat adalah UMKM kuliner. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan kemudahan dan kecepatan pelayanan telah mendorong meningkatnya penggunaan platform digital dalam kegiatan pemasaran dan penjualan produk makanan. Di Kota Selong, Kabupaten Lombok Timur, perkembangan usaha kuliner juga diikuti oleh meningkatnya pemanfaatan layanan pesan antar berbasis aplikasi, seperti GrabFood. Kehadiran platform digital tersebut memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan intensitas transaksi, serta memperkuat daya saing usaha di era ekonomi digital. Namun demikian, tidak seluruh pelaku UMKM mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal sehingga masih terdapat perbedaan dalam pencapaian pendapatan antar pelaku usaha.

Pendapatan merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai keberhasilan suatu usaha. Bagi UMKM, peningkatan pendapatan tidak hanya mencerminkan bertambahnya hasil penjualan, tetapi juga menunjukkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya, mempertahankan keberlangsungan usaha, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pendapatan yang stabil dan terus meningkat menjadi dasar bagi

UMKM untuk melakukan pengembangan usaha, meningkatkan daya saing, serta menciptakan peluang kerja yang lebih luas. Oleh karena itu, faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM menjadi penting untuk dikaji, terutama dalam menghadapi transformasi digital yang semakin berkembang.

Dalam praktiknya, pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong masih menunjukkan kondisi yang beragam. Sebagian pelaku usaha mampu meningkatkan pendapatannya melalui pemanfaatan teknologi digital, sedangkan sebagian lainnya masih mengalami berbagai kendala, seperti pencatatan keuangan yang belum sistematis, kegiatan promosi yang belum optimal, serta belum maksimalnya pemanfaatan platform digital dalam mendukung aktivitas usaha. Perbedaan kemampuan tersebut mengakibatkan adanya variasi dalam perkembangan pendapatan antar pelaku UMKM, sehingga diperlukan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan pendapatan usaha.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi pendapatan UMKM adalah penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA). Sistem Informasi Akuntansi merupakan sistem yang digunakan untuk mengumpulkan, mencatat, mengolah, dan menyajikan informasi keuangan yang dibutuhkan dalam proses pengambilan keputusan. Bagi UMKM, penerapan Sistem Informasi Akuntansi membantu pelaku usaha melakukan pencatatan transaksi secara tertib, mengendalikan arus kas, menyusun laporan keuangan, serta mengevaluasi kondisi usaha secara berkala. Informasi keuangan yang akurat memungkinkan pelaku usaha mengambil keputusan yang lebih tepat terkait pengelolaan biaya, penetapan harga, maupun perencanaan pengembangan usaha, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan.

Namun demikian, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi pada sebagian UMKM kuliner di Kota Selong masih belum optimal. Masih terdapat pelaku usaha yang melakukan pencatatan keuangan secara sederhana, bahkan tidak melakukan pencatatan secara rutin, sehingga informasi keuangan yang dihasilkan belum dapat dimanfaatkan secara maksimal sebagai dasar pengambilan keputusan. Perbedaan tingkat penerapan Sistem Informasi Akuntansi tersebut diduga menjadi salah satu penyebab perbedaan kinerja dan pendapatan antar UMKM kuliner di Kota Selong.

Selain Sistem Informasi Akuntansi, promosi juga merupakan salah satu faktor yang diduga memengaruhi pendapatan UMKM. Promosi merupakan aktivitas komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, membangun minat beli konsumen, serta meningkatkan volume penjualan. Perkembangan media digital memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk melakukan promosi secara lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Meskipun demikian, efektivitas promosi sangat bergantung pada strategi yang digunakan, konsistensi pelaksanaan, serta kemampuan pelaku usaha dalam menentukan media promosi yang sesuai dengan karakteristik konsumennya. Oleh karena itu, promosi belum tentu selalu memberikan dampak yang sama terhadap peningkatan pendapatan pada setiap UMKM.

Perkembangan teknologi digital juga mendorong munculnya berbagai platform ekonomi digital yang menghubungkan pelaku usaha dengan konsumen secara lebih efektif, salah satunya melalui layanan GrabFood. Bagi UMKM kuliner, GrabFood tidak hanya berfungsi sebagai media pemesanan makanan, tetapi juga sebagai sarana memperluas akses pasar, meningkatkan visibilitas produk, menyediakan sistem pembayaran digital, serta mendukung kegiatan promosi melalui berbagai fitur yang tersedia dalam aplikasi. Berdasarkan kondisi di lapangan, seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM kuliner yang aktif menggunakan aplikasi GrabFood, bahkan sebagian di antaranya memperoleh sekitar 30% pendapatan harian dari transaksi yang dilakukan melalui platform tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa platform digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas bisnis UMKM kuliner di Kota Selong.

Fenomena tersebut sejalan dengan Resource Based View (RBV) Theory yang dikemukakan oleh Barney (1991), yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing suatu organisasi ditentukan oleh kemampuannya dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya strategis yang dimiliki. Dalam konteks penelitian ini, Sistem Informasi Akuntansi dipandang

sebagai sumber daya informasi yang mendukung pengambilan keputusan, promosi merupakan sumber daya pemasaran untuk meningkatkan jangkauan pasar, sedangkan pemanfaatan GrabFood merupakan sumber daya teknologi digital yang dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. Semakin optimal pemanfaatan ketiga sumber daya tersebut, semakin besar peluang UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya, termasuk dalam meningkatkan pendapatan.

Selain itu, pemanfaatan GrabFood juga dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989). Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan dan penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*). Dalam konteks UMKM kuliner, semakin besar manfaat yang dirasakan pelaku usaha dari penggunaan GrabFood, seperti meningkatnya jumlah pesanan, kemudahan transaksi, dan perluasan jangkauan konsumen, maka semakin tinggi pula kecenderungan pelaku usaha untuk memanfaatkan platform tersebut dalam kegiatan usahanya. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya menjadi sarana operasional, tetapi juga berpotensi meningkatkan kinerja dan pendapatan UMKM.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, maupun pemanfaatan platform digital terhadap kinerja dan pendapatan UMKM. Handayani dkk. (2024) menemukan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM karena mampu meningkatkan kualitas informasi keuangan yang digunakan dalam pengambilan keputusan usaha. Sebaliknya, Setiawan (2024) melaporkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa efektivitas penerapan sistem informasi masih dipengaruhi oleh kemampuan pengguna dalam mengelola dan memanfaatkan informasi yang dihasilkan. Pada variabel promosi, Ramida dkk. (2024) dan Widyayanti dkk. (2024) menyatakan bahwa promosi digital berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM melalui perluasan jangkauan pemasaran dan peningkatan minat beli konsumen. Sementara itu, penelitian mengenai platform digital juga menunjukkan hasil yang beragam. Yuliana dkk. (2024) dan Prasetyo dkk. (2023) menjelaskan bahwa pemanfaatan aplikasi layanan pesan antar mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan UMKM kuliner, sedangkan Royadi (2025) menemukan bahwa pemanfaatan GrabFood tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap penjualan UMKM, meskipun secara simultan bersama variabel lain memberikan pengaruh yang signifikan.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Sistem Informasi Akuntansi, promosi, pemanfaatan platform digital, dan pendapatan UMKM masih belum memberikan kesimpulan yang konsisten. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya menguji masing-masing variabel secara terpisah atau berfokus pada wilayah dan karakteristik UMKM yang berbeda. Penelitian yang secara khusus mengintegrasikan Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood dalam satu model penelitian pada UMKM kuliner di Kota Selong masih sangat terbatas. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM kuliner.

Kota Selong dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan UMKM kuliner yang cukup pesat seiring meningkatnya pemanfaatan platform digital dalam aktivitas usaha. Seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pelaku UMKM kuliner yang aktif menggunakan aplikasi GrabFood sebagai media penjualan dan pemasaran, dengan sebagian di antaranya memperoleh sekitar 30% pendapatan harian melalui transaksi yang dilakukan pada platform tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa GrabFood tidak lagi hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi telah menjadi bagian dari ekosistem bisnis digital yang berperan dalam memperluas akses pasar, meningkatkan intensitas transaksi, serta mendukung keberlangsungan usaha UMKM. Karakteristik tersebut menjadikan Kota Selong sebagai

konteks penelitian yang relevan untuk mengkaji pengaruh penerapan Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan platform digital terhadap pendapatan UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengintegrasian Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood dalam satu model penelitian untuk menjelaskan pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong dengan menggunakan perspektif Resource Based View (RBV) Theory yang didukung oleh Technology Acceptance Model (TAM). Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM, tetapi juga memperkaya kajian mengenai pemanfaatan sumber daya informasi, strategi pemasaran, dan teknologi digital sebagai faktor yang mendukung peningkatan daya saing UMKM pada era transformasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong, baik secara parsial maupun simultan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal untuk menganalisis pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik, sedangkan desain asosiatif kausal digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar di Kota Selong sebanyak 1.584 unit usaha berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Lombok Timur. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error tolerance) sebesar 10%, sehingga diperoleh sebanyak 94 responden. Penggunaan rumus Slovin bertujuan untuk memperoleh jumlah sampel yang representatif dari populasi penelitian.

Selanjutnya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena tidak seluruh UMKM yang terdaftar memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian. Oleh karena itu, responden dipilih berdasarkan kriteria: (1) UMKM yang bergerak di bidang kuliner, (2) berlokasi di Kota Selong, (3) menggunakan aplikasi GrabFood sebagai media penjualan, (4) telah menggunakan aplikasi GrabFood minimal satu tahun, dan (5) pemilik atau pengelola usaha bersedia menjadi responden penelitian. Dengan demikian, dari jumlah sampel yang diperoleh melalui rumus Slovin, hanya responden yang memenuhi seluruh kriteria tersebut yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu dan disesuaikan dengan karakteristik UMKM kuliner di Kota Selong. Variabel Sistem Informasi Akuntansi diukur menggunakan lima indikator, yaitu ketertiban pencatatan transaksi, kelengkapan laporan keuangan, pengendalian arus kas, kemudahan memperoleh informasi keuangan, dan kesesuaian sistem dengan kebutuhan usaha. Variabel promosi diukur menggunakan lima indikator yang meliputi frekuensi promosi, media promosi, daya tarik promosi, jangkauan promosi, dan dampak promosi terhadap penjualan. Variabel pemanfaatan aplikasi GrabFood diukur menggunakan lima indikator, yaitu kemudahan penggunaan aplikasi, intensitas penggunaan aplikasi, pemanfaatan fitur promosi, peningkatan jumlah pesanan, dan kontribusi aplikasi terhadap pendapatan. Sementara itu, variabel pendapatan UMKM diukur menggunakan lima indikator yang meliputi peningkatan omzet, pertumbuhan pendapatan, stabilitas pendapatan, peningkatan jumlah konsumen, dan peningkatan laba usaha. Masing-masing indikator dikembangkan menjadi beberapa butir pernyataan yang diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju).

Untuk meminimalkan potensi common method bias, kuesioner disusun berdasarkan indikator yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu serta disesuaikan dengan karakteristik UMKM kuliner. Sebelum penyebaran kuesioner, setiap butir pernyataan ditelaah

untuk memastikan kejelasan bahasa dan kemudahan dipahami oleh responden. Selain itu, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta jaminan bahwa seluruh jawaban bersifat anonim dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Langkah tersebut dilakukan untuk mengurangi kecenderungan responden memberikan jawaban yang bersifat sosial (*social desirability bias*) serta meningkatkan objektivitas data yang diperoleh.

Variabel pendapatan UMKM dalam penelitian ini diukur berdasarkan persepsi pelaku usaha terhadap perkembangan pendapatan usahanya, bukan berdasarkan nilai nominal pendapatan atau laporan keuangan aktual. Pendekatan ini dipilih karena sebagian besar pelaku UMKM tidak bersedia memberikan data keuangan yang bersifat rahasia. Oleh karena itu, pengukuran berbasis persepsi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai perubahan pendapatan yang dirasakan oleh pelaku usaha setelah menerapkan Sistem Informasi Akuntansi, melakukan kegiatan promosi, dan memanfaatkan aplikasi GrabFood. Pendekatan ini telah banyak digunakan dalam penelitian UMKM berbasis survei untuk mengukur kinerja usaha ketika data keuangan objektif sulit diperoleh.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji kualitasnya melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (*r*-hitung) lebih besar dari nilai *r*-tabel pada taraf signifikansi 5%. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen layak digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi, sedangkan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi dinyatakan memenuhi asumsi klasik apabila data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji *t*) dan uji simultan (uji *F*). Uji *t* digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai *t*-hitung dengan *t*-tabel pada taraf signifikansi 5%. Apabila nilai *t*-hitung lebih besar daripada *t*-tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai *t*-hitung lebih kecil daripada *t*-tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Selanjutnya, uji *F* digunakan untuk mengetahui pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood secara simultan terhadap pendapatan UMKM. Model regresi dinyatakan layak apabila nilai signifikansi uji *F* lebih kecil dari 0,05.

Selain itu, koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Semakin besar nilai *Adjusted R Square*, semakin besar pula kemampuan model regresi dalam menjelaskan perubahan pendapatan UMKM, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Pendapatan UMKM

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Sistem Informasi Akuntansi

β_2 = Koefisien regresi Promosi

β_3 = Koefisien regresi Pemanfaatan Aplikasi GrabFood

X₁ = Sistem Informasi Akuntansi

X₂ = Promosi

X₃ = Pemanfaatan Aplikasi GrabFood

e = Error (kesalahan pengganggu)

Model regresi tersebut digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong, baik secara parsial maupun simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai profil pelaku UMKM kuliner yang menjadi sampel penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan lama usaha dan lama penggunaan aplikasi GrabFood. Penyajian karakteristik tersebut bertujuan untuk menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai dalam menjalankan usaha maupun memanfaatkan platform digital sehingga mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1-2 tahun	11	11,7%
2-3 tahun	34	36,2%
4-6 tahun	29	30,9%
> 6 tahun	20	21,2%
Total	94	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden telah menjalankan usaha selama 2–3 tahun, yaitu sebanyak 34 responden (36,2%). Selanjutnya, 29 responden (30,9%) memiliki lama usaha 4–6 tahun, sedangkan 20 responden (21,2%) telah menjalankan usaha selama lebih dari 6 tahun. Adapun responden yang memiliki lama usaha 1–2 tahun berjumlah 11 responden (11,7%).

Distribusi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman usaha yang cukup sehingga memahami kondisi operasional, pengelolaan keuangan, strategi promosi, serta pemanfaatan aplikasi GrabFood dalam mendukung kegiatan usahanya. Karakteristik tersebut memberikan keyakinan bahwa responden mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan GrabFood

Lama penggunaan aplikasi grabfood	Jumlah Responden	Persentase
1-2 tahun	15	16%
2-3 tahun	39	41,5%
3-4 tahun	29	30,9%
>4 tahun	11	11,6%
Total	94	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan tabel 2, sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi GrabFood selama 2–3 tahun, yaitu sebanyak 39 responden (41,5%). Selanjutnya, 29 responden (30,9%) telah menggunakan aplikasi GrabFood selama 3–4 tahun, sedangkan 11 responden (11,6%)

telah menggunakan aplikasi tersebut selama lebih dari 4 tahun. Responden yang telah menggunakan GrabFood selama 1–2 tahun berjumlah 15 responden (16,0%).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengalaman yang cukup dalam memanfaatkan aplikasi GrabFood sebagai media penjualan dan pemasaran produk. Pengalaman tersebut memungkinkan responden memahami berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi, sehingga penilaian yang diberikan dalam kuesioner dinilai mampu menggambarkan kondisi yang sebenarnya terkait pemanfaatan GrabFood dalam meningkatkan pendapatan UMKM kuliner.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Pengujian dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan membandingkan nilai r-hitung terhadap r-tabel pada taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pernyataan pada variabel Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, Pemanfaatan Aplikasi GrabFood, dan Pendapatan UMKM memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel sebesar 0,202. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Rata-Rata R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Sistem Informasi Akuntansi	10	0,346–0,644	0,202	Valid
Promosi	10	0,266–0,700	0,202	Valid
Pemanfaatan Aplikasi GrabFood	10	0,304–0,753	0,202	Valid
Pendapatan UMKM	10	0,396–0,642	0,202	Valid

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, Pemanfaatan Aplikasi GrabFood, dan Pendapatan UMKM memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,202 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
SIA(X1)	0,756	Reliabel
Promosi(X2)	0,729	Reliabel
Pemanfaatan GrabFood(X3)	0,607	Reliabel
Pendapatan Umkm(Y)	0,627	Reliabel

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 4 diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Variabel Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,756, variabel Promosi sebesar 0,729, variabel Pemanfaatan GrabFood sebesar 0,607, dan variabel Pendapatan UMKM sebesar 0,627. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang baik sehingga dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian dilakukan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08810050
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.042
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.732
Asymp. Sig. (2-tailed)		.657

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 5, hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar **0,657**. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami gejala multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.774	3.870		1.234	.221		
	X1	.214	.073	.238	2.939	.004	.996	1.004
	promosi	.143	.103	.152	1.395	.167	.546	1.831
	pemanfaatan grabfood	.495	.114	.472	4.323	.000	.547	1.828

a. Dependent Variable: pendapatan

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 6, hasil pengujian diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi sehingga model penelitian memenuhi asumsi multikolinearitas.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood terhadap Pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong.

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.774	3.870		1.234	.221
	Sistem Informasi Akuntansi	.214	.073	.238	2.939	.004
	Promosi	.143	.103	.152	1.395	.167
	Pemanfaatan Grabfood	.495	.114	.472	4.323	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Umkm

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan table 7, hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y=4,774+0,214X1+0,143X2+0,495X3+e$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood akan diikuti oleh peningkatan Pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Variabel Pemanfaatan GrabFood memiliki koefisien regresi terbesar yaitu 0,495, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut memberikan kontribusi paling besar terhadap peningkatan Pendapatan UMKM dibandingkan variabel lainnya.

Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap Pendapatan UMKM secara parsial.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.774	3.870		1.234	.221
	Sistem Informasi Akuntansi	.214	.073	.238	2.939	.004
	Promosi	.143	.103	.152	1.395	.167
	Pemanfaatan Grabfood	.495	.114	.472	4.323	.000

a. Dependent Variable: Pendapatan Umkm

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai t-hitung sebesar 2,939 dengan nilai signifikansi 0,004, sehingga lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Variabel Promosi memiliki nilai **t-hitung sebesar 1,395** dengan nilai signifikansi **0,167**, sehingga lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Sementara itu, variabel Pemanfaatan Aplikasi GrabFood memperoleh nilai **t-hitung sebesar 4,323** dengan nilai signifikansi **0,000**, sehingga lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood terhadap Pendapatan UMKM secara simultan.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	286.558	3	95.519	21.201	.000 ^a
	Residual	405.495	90	4.506		
	Total	692.053	93			

a. Predictors: (Constant), TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2

b. Dependent Variable: TOTALY

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan tabel 9, hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung sebesar **21,201** dengan nilai signifikansi sebesar **0,000**. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) diterima.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood terhadap Pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.643 ^a	.414	.395	2.123

a. Predictors: (Constant), TOTAL.X3, TOTAL.X1, TOTAL.X2

Sumber: Data primer diolah menggunakan SPSS

Berdasarkan Tabel 10, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,395 atau 39,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood mampu menjelaskan variasi Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Selong sebesar 39,5%. Sedangkan sisanya sebesar 60,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel Sistem Informasi Akuntansi, Promosi, dan Pemanfaatan GrabFood dalam menjelaskan perubahan Pendapatan UMKM berada pada kategori lemah, dengan kontribusi sebesar 39,5% terhadap variasi Pendapatan UMKM Kuliner di Kota Selong.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,939 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,987 serta nilai signifikansi 0,004, yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik penerapan Sistem Informasi Akuntansi, maka semakin tinggi pula pendapatan yang diperoleh UMKM kuliner.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan Sistem Informasi Akuntansi mampu membantu pelaku UMKM dalam melakukan pencatatan transaksi, mengelola arus kas, menyusun laporan keuangan, serta menyediakan informasi keuangan yang akurat sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Informasi keuangan yang tersusun secara sistematis memungkinkan pelaku usaha mengendalikan biaya operasional, menentukan harga jual yang lebih tepat, serta mengevaluasi perkembangan usaha sehingga dapat meningkatkan pendapatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Resource Based View (RBV) Theory yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efektif. Dalam penelitian ini, Sistem Informasi Akuntansi merupakan sumber daya informasi yang membantu pelaku UMKM menghasilkan informasi keuangan yang bernilai sehingga mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan kinerja usaha.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Handayani dkk. (2024) yang menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Setiawan (2024) yang menemukan bahwa Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Perbedaan tersebut diduga disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden dan tingkat pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi pada masing-masing daerah penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 1,395 yang lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,987 serta nilai signifikansi 0,167, yang lebih besar dari 0,05.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM belum mampu memberikan peningkatan pendapatan secara langsung. Kondisi ini dapat disebabkan karena sebagian besar responden telah memiliki pelanggan tetap sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh kualitas produk, cita rasa, harga, dan pelayanan dibandingkan dengan intensitas promosi. Selain itu, seluruh responden dalam penelitian ini telah menggunakan aplikasi GrabFood sehingga promosi yang dilakukan cenderung memiliki pola yang relatif sama dan tidak menjadi faktor pembeda dalam meningkatkan pendapatan.

Dari perspektif Resource Based View (RBV), promosi merupakan salah satu sumber daya pemasaran. Namun, sumber daya tersebut belum tentu mampu menciptakan keunggulan bersaing apabila tidak didukung oleh faktor lain seperti kualitas produk, pelayanan, inovasi, maupun pemanfaatan teknologi digital secara optimal.

Temuan penelitian ini berbeda dengan penelitian Ramida dkk. (2024) dan Widyayanti dkk. (2024) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan UMKM. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas promosi sangat dipengaruhi oleh karakteristik pasar, perilaku konsumen, media promosi yang digunakan, serta kondisi masing-masing UMKM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi GrabFood berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 4,323 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,987 serta nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, variabel ini memiliki koefisien regresi terbesar yaitu 0,495, sehingga menjadi variabel yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap pendapatan UMKM.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan GrabFood mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah transaksi, mempermudah proses pemesanan, serta memberikan akses kepada konsumen yang sebelumnya sulit dijangkau. Berdasarkan kondisi lapangan, seluruh responden merupakan pengguna aktif GrabFood dan sekitar 30% pendapatan harian mereka berasal dari transaksi melalui aplikasi tersebut. Kondisi ini memperlihatkan bahwa GrabFood tidak hanya berfungsi sebagai media pemesanan makanan, tetapi juga telah menjadi bagian penting dalam strategi bisnis UMKM kuliner di Kota Selong.

Temuan ini sejalan dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa seseorang akan memanfaatkan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dirasakan bermanfaat dan mudah digunakan. Dalam penelitian ini, manfaat GrabFood yang dirasakan oleh pelaku UMKM berupa peningkatan jumlah pesanan, kemudahan transaksi, dan perluasan pasar mendorong penggunaan aplikasi secara berkelanjutan sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan.

Hasil penelitian ini juga mendukung Resource Based View (RBV) yang memandang teknologi digital sebagai sumber daya strategis yang mampu meningkatkan daya saing usaha apabila dimanfaatkan secara optimal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Yuliana dkk. (2024) dan Prasetyo dkk. (2023) yang menyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi layanan pesan antar berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan Royadi (2025) yang menemukan bahwa pemanfaatan GrabFood tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan UMKM.

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 21,201 dan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,395 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 39,5% variasi pendapatan UMKM, sedangkan 60,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari kombinasi pengelolaan informasi keuangan, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, peningkatan

pendapatan akan lebih optimal apabila pelaku UMKM mampu mengelola ketiga aspek tersebut secara terpadu.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap 94 pelaku UMKM kuliner, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan informasi keuangan yang baik membantu pelaku usaha mengambil keputusan yang lebih efektif sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha.

Selanjutnya, promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM belum menjadi faktor utama yang menentukan peningkatan pendapatan. Efektivitas promosi masih dipengaruhi oleh faktor lain, seperti karakteristik konsumen, kualitas produk, dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing pelaku usaha.

Sementara itu, pemanfaatan aplikasi GrabFood terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM serta menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan jumlah transaksi, serta mendukung peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong.

Secara simultan, Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Nilai Adjusted R Square sebesar 39,5% menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan variasi pendapatan UMKM sebesar 39,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan mengintegrasikan Sistem Informasi Akuntansi, promosi, dan pemanfaatan aplikasi GrabFood dalam satu model penelitian untuk menjelaskan pendapatan UMKM kuliner di Kota Selong. Temuan ini memperkuat perspektif Resource Based View (RBV) bahwa pemanfaatan sumber daya informasi dan teknologi digital dapat meningkatkan kinerja usaha, serta mendukung Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi yang memberikan manfaat nyata akan mendorong peningkatan kinerja UMKM.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada UMKM kuliner di Kota Selong dan menggunakan data berbasis persepsi responden, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi pada seluruh sektor UMKM. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, melibatkan sektor usaha yang berbeda, serta menambahkan variabel lain, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, modal usaha, inovasi, atau literasi digital agar diperoleh model yang lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM.

REFERENSI

- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Barney, J. (1991). *Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Creswell, J. W. (2012). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: Sage Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Handayani, H., dkk. (2024). Pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap tingkat pendapatan UMKM di Kecamatan Alang-Alang Lebar Kota Palembang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Ismayani. (2020). *Metodologi penelitian*. Banda Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). *Laporan perkembangan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Data dan statistik UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kerlinger, F. N. (2000). *Asas-asas penelitian behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krismiaji. (2015). *Sistem informasi akuntansi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Kurniawan, A., & Lestari, D. (2021). Pemanfaatan teknologi digital dalam peningkatan pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Lestari. (2020). *Sistem informasi akuntansi untuk UMKM*. Jakarta: Gramedia.
- Mulyadi. (2016). *Sistem informasi akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noviani, N., dkk. (2023). Pengaruh informasi keuangan terhadap pengambilan keputusan UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi penelitian sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Rahmawati, M., & Rifandi, M. (2023). Penerapan sistem informasi akuntansi pada UMKM. *Jurnal Akuntansi Indonesia*.
- Ramadani, S., dkk. (2025). Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Ramida, R., dkk. (2024). Pengaruh pemasaran digital terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Polewali Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting information systems*. London: Pearson Education.
- Royadi. (2024). Analisis penggunaan aplikasi GoFood dan GrabFood dalam meningkatkan penjualan pada UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*.
- Royadi. (2025). Pengaruh pemanfaatan GrabFood terhadap penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2019). *Manajemen keuangan untuk UMKM*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutrisno. (2021). *Digital marketing dan pemanfaatan teknologi pada UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Swastha, B., & Irawan. (2017). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Syahlina, S., dkk. (2025). Pengaruh platform pemesanan online terhadap pendapatan UMKM kuliner. *Jurnal Bisnis dan Teknologi Digital*.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widyayanti, W., dkk. (2024). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap peningkatan pendapatan usaha kuliner di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.