

PENGARUH PENGALAMAN USAHA, STRATEGI DIVERSIFIKASI, DAN  
PENGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI  
AKUNTANSI

Oleh

Gabriela Rosellini Wisnu Geraldin<sup>1</sup>, Baldric Siregar<sup>2</sup>, Frasto Biyanto<sup>3</sup>, Miswanto<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Akuntansi YKPN, Daerah Istimewa  
Yogyakarta

Email: <sup>1</sup>[Gabrielarosellini76@gmail.com](mailto:Gabrielarosellini76@gmail.com)

**Abstract**

*This study aims to examine whether business experience, product diversification strategy, and use of e-commerce influence the use of accounting information. The population of this research is all MSMEs in Yogyakarta City. The sampling method in this research is purposive sampling technique. The sample in this study were 96 UMKM registered on the Yogyakarta City E-UMKM platform and the Nglarisi Yogyakarta City platform. Data analysis methods used in this research are descriptive statistics, data quality testing, and hypothesis testing. The results of this study indicate that business experience, product diversification strategy, and use of e-commerce have a significant positive effect on the use of accounting information*

**Keywords:** *Business Experience, Product Diversification Strategy, Use Of E-Commerce.*

**PENDAHULUAN**

Sebagian besar masyarakat di Indonesia terlibat dalam kegiatan ekonomi melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Suyadi et al., 2018). Setiap UMKM berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Hal ini disebabkan kontribusi sektor UMKM terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, serta pemerataan pendapatan yang lebih cepat. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (2022), UMKM saat ini mampu menyerap 96,9% tenaga kerja, berkontribusi 60,5% terhadap PDB nasional, dan menghasilkan 99,9% lapangan kerja. Kerja keras pemilik perusahaan dalam mengelola perusahaannya dan praktik manajemen yang diterapkan dalam operasional bisnisnya berdampak pada keberhasilan UMKM tersebut (Adhivina et al., 2022). Selain itu, keberhasilan UMKM tidak terlepas dari peran informasi akuntansi dalam mendukung aktivitas perusahaan (Nirwana & Purnama, 2019).

Informasi akuntansi pada UMKM meliputi rangkaian prosedur mengidentifikasi,

mengukur, mencatat, mengkategorikan, meringkas, dan menampilkan data keuangan yang dihasilkan dari kegiatan operasional dan penjualan (Novianti et al., 2018). Penggunaan informasi akuntansi memberikan manfaat sebagai dasar pengambilan keputusan manajemen pada UMKM, namun sebagian besar UMKM belum melakukannya karena kurangnya pemahaman dalam penerapan sistem informasi akuntansi (Rini, 2021). Menurut Efriyenty (2020), pengusaha kecil mayoritas belum melakukan pencatatan atas laporan keuangan usahanya dengan baik. UMKM yang belum memiliki dasar pelaporan keuangan berakibat pada kesulitan mendapatkan pembiayaan dari pihak pemberi fasilitas pinjaman (Putri et al., 2019). Hal ini menunjukkan bahwa informasi akuntansi diperlukan untuk keberlangsungan suatu usaha. Menurut Fithorah (2017); Listiorini (2017); Dewi (2020), informasi akuntansi diduga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: 1) pengalaman usaha; 2) strategi diversifikasi; dan 3) penggunaan e-commerce.

Faktor pertama, yang diduga dapat mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM yaitu pengalaman usaha. Setiap pelaku usaha tentunya memiliki pengalaman yang berbeda-beda yang membedakan satu sama lain. Kapasitas pelaku usaha untuk mengelola organisasinya dapat ditingkatkan dengan jumlah keahlian yang dia miliki dengan penggunaan informasi akuntansi (Santiago & Estiningrum, 2021). Pelaku usaha dapat menggunakan pengalaman kesuksesan dan kegagalan yang akan dijadikan motivasi untuk menunjang keberhasilan dalam mengembangkan usaha dimasa yang akan datang.

Faktor kedua, yang diduga dapat mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM yaitu strategi diversifikasi. Diversifikasi produk berhubungan dengan strategi untuk menghasilkan produk yang berbeda dari produk pesaing (Khairani & Pratiwi, 2018). Suatu usaha umumnya mampu memaksimalkan omzet penjualan dengan adanya strategi diversifikasi produk. Semakin besar perputaran omzet penjualan, maka semakin besar tingkat kompleksitas usaha tersebut dalam menggunakan informasi akuntansi (Rahmawan et al., 2020).

Faktor ketiga, yang diduga dapat mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM yaitu penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan *platform* yang digunakan UMKM untuk memperoleh, menjual, dan mempromosikan produk untuk memperluas usahanya. Menurut Diansari et al., (2022), UMKM membutuhkan peran teknologi digital untuk meningkatkan kinerja dan produktivitasnya. UMKM dapat berkembang melalui *e-commerce* disebabkan penggunaan *e-commerce* dapat memberikan berbagai manfaat antara lain: 1) jangkauan pemasaran yang lebih luas; dan 2) dapat menghemat biaya. Bisnis yang telah berkembang melalui *e-commerce* tentunya memerlukan penggunaan informasi akuntansi yang baik. Hal tersebut disebabkan

bisnis yang telah berkembang melalui *e-commerce* bahkan dapat menembus pasar *ekspor* tidaklah cukup hanya dicatat secara sederhana, namun harus dilakukan pencatatan yang lebih baik menggunakan informasi akuntansi (Prasetyo & Farida, 2022).

Beberapa penelitian saling bertentangan (*inkonsisten*) menjadi dasar penelitian terkait penggunaan informasi akuntansi masih layak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2020); Hendrawati (2017), menyatakan bahwa pengalaman usaha dan penggunaan *e-commerce*, berpengaruh terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. Sedangkan penelitian yang dilakukan Halim (2019); Novianti (2018), mengungkapkan bahwa pengalaman usaha, dan penggunaan *e-commerce*, dan tidak berpengaruh terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM.

Kota Yogyakarta dapat menjadi lokasi penelitian yang berkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. Menurut Dinas Koperasi dan UMKM Kota Yogyakarta (2022), saat ini UMKM di Kota Yogyakarta semakin berkembang. Hal tersebut berawal dari Kementrian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) bekerjasama dengan sejumlah pemerintah daerah melaksanakan program transformasi usaha, mikro, kecil, dan menengah menjadi e-UMKM. Transformasi ini mendorong pengusaha kecil dan menengah memasarkan produknya melalui fasilitas internet. Transformasi ini telah diterapkan pada UMKM di Yogyakarta yang ditandai dengan adanya aplikasi e-UMKM Yogyakarta. E-UMKM Yogyakarta berisi informasi data UMKM di seluruh Kota Yogyakarta baik dari data UMKM, galeri produk, dan informasi modal dan berfungsi untuk kegiatan transaksi jual beli produk UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Selain itu, e-UMKM berisi informasi mengenai modal yang didapatkan oleh pemilik UMKM. Transformasi ini tentunya dapat meningkatkan penjualan

pemilik UMKM serta mempercepat perkembangannya. Selain itu, Kementerian Keuangan Republik Indonesia Ditjen Perbendaharaan Kantor Wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2022), mengungkapkan bahwa hingga saat ini UMKM memiliki kendala yaitu adanya keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam hal pembukuan dan administrasi. Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM disebabkan tidak diterapkannya penggunaan informasi akuntansi. Berdasarkan fenomena perkembangan UMKM tersebut, para pemilik usaha diharuskan memahami penggunaan informasi akuntansi yang baik agar segala aktivitas usaha pada UMKM dapat dilaporkan dengan baik dan lebih akurat.

Penelitian ini merupakan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh (Kustina & Utami, 2022). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menambah variabel independen yaitu pengalaman usaha dan strategi diversifikasi. Pengalaman usaha diduga dapat mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM karena pengalaman usaha yang dimiliki pelaku usaha atas kegiatan usaha yang dijalankan dapat mendorong pelaku usaha tersebut untuk melakukan hal yang lebih baik lagi di masa yang akan datang. Strategi diversifikasi diduga dapat mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi karena dengan strategi diversifikasi suatu usaha dapat memaksimalkan omzetnya sehingga diperlukannya pencatatan transaksi yang baik dan berguna untuk pengambilan keputusan. Selain menambah variabel, penelitian ini mengganti variabel skala usaha menjadi variabel penggunaan *e-commerce*. Hal tersebut disebabkan penelitian terdahulu yang dilakukan Novianti et al. (2018) menyatakan bahwa variabel skala usaha tidak berpengaruh terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM sehingga peneliti menggantinya dengan variabel penggunaan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* diduga mempengaruhi penggunaan informasi

akuntansi karena penggunaan *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pemasaran sehingga mampu dengan cepat mengembangkan suatu usaha yang dijalankan. Perkembangan usaha yang baik memerlukan penggunaan informasi akuntansi yang meliputi pelaporan keuangan yang akurat dan andal.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik mengambil judul “**Pengaruh Pengalaman Usaha, Strategi Diversifikasi, dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM**”

## LANDASAN TEORI

### Teori Stakeholder

Teori stakeholder menjelaskan bagaimana pihak berkepentingan dapat mempengaruhi perilaku perusahaan (Perliana, 2022). Menurut Hidayat (2020), perusahaan bukanlah suatu entitas yang berfungsi untuk mencari keuntungan saja, namun perusahaan memberikan keuntungan bagi pihak yang berkepentingan. Hubungan teori *stakeholders* dalam penelitian ini disebabkan perusahaan (UMKM) dapat bertujuan untuk meyakinkan pemangku kepentingan agar dapat bertahan dengan memberikan informasi tentang kondisi perusahaan. Informasi yang diperoleh berdasarkan dari pencatatan akuntansi dalam bentuk laporan keuangan sebagai informasi yang digunakan untuk pengambilan keputusan suatu perusahaan (Lestari & Dewi, 2020).

Salah satu contoh hubungan teori *stakeholder* dalam penelitian ini adalah lembaga keuangan sebagai *stakeholders* dan UMKM sebagai perusahaan. UMKM membutuhkan lembaga keuangan dalam hal pengajuan modal usaha. Pengajuan modal usaha diperlukan laporan keuangan yang berkualitas sebagai syarat pengajuan kredit. Laporan keuangan yang baik dihasilkan dari penggunaan informasi akuntansi yang baik. Semakin baik penggunaan informasi akuntansi, maka semakin baik pula kualitas laporan keuangan yang dihasilkan sehingga laporan

keuangan tersebut dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan *stakeholder* (lembaga keuangan) untuk memberikan fasilitas kredit.

### Informasi Akuntansi

Menurut Fachrunnisa et al., (2022), Informasi akuntansi merupakan rangkaian prosedur yang digunakan untuk membuat laporan keuangan perusahaan yang kemudian dapat digunakan untuk memberikan informasi keadaan perusahaan bagi pihak *internal* dan *eksternal*. Pengguna informasi akuntansi, khususnya para pelaku bisnis memanfaatkan informasi akuntansi sebagai alat pengambilan keputusan (Harris, 2021). Informasi akuntansi yang dihasilkan perusahaan, dapat menggambarkan kondisi perusahaan di masa lalu dan dimasa yang akan datang, sehingga dapat digunakan untuk menentukan langkah perusahaan dimasa yang akan datang.

### Pengalaman Usaha

Pengalaman usaha merupakan proses belajar dari hasil yang telah dicapai oleh pelaku bisnis melalui upaya mereka. Menurut Trijoko dalam Firfarini (2020), Pengalaman di tempat kerja mengacu pada informasi dan kemampuan yang diperoleh dan disempurnakan seseorang sebagai konsekuensi dari aktivitas atau kerja selama periode waktu tertentu. Pengalaman kerja juga didefinisikan sebagai kemampuan yang diperoleh berdasarkan pengalaman dari aktivitas atau kerja yang telah dilakukan selama periode waktu tertentu.

Melalui pengalaman usaha, seorang pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih maju dengan menjadikan pengalaman usaha sebagai pengetahuan serta acuan terkait cara-cara mengelola usaha. Pelaku usaha yang memiliki keahlian mengelola usaha akan dapat dengan cepat menggunakan ilmunya pada industri yang sama dan dapat membantu dalam penyajian data akuntansi yang akurat. Penelitian yang dilakukan oleh Imtihanah (2018); Marlina dan Khadijah (2020); Trisnangsih (2021); Mubarakah (2022),

menunjukkan bahwa pengalaman usaha berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM. Berdasarkan pernyataan diatas, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>**: Pengalaman usaha berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM.

### Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi merupakan perluasan produk baik barang atau jasa, dalam rangka meningkatkan pertumbuhan, penjualan, dan keuntungan perusahaan (Khairani & Pratiwi, 2018). Melalui strategi umumnya suatu usaha dapat meningkatkan pendapatannya sehingga usaha yang dijalankan semakin mengalami kemajuan. Suatu usaha yang maju memerlukan pengelolaan keuangan yang baik melalui penggunaan informasi akuntansi. Strategi diversifikasi mampu mendorong UMKM mengalami kemajuan, sehingga UMKM akan semakin membutuhkan penggunaan informasi akuntansi untuk mengelola keuangan usahanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholders*. Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun harus memberikan manfaat kepada para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) (Hidayat, 2020). UMKM (perusahaan) memperoleh manfaat dapat meningkatkan pendapatan dalam penerapan strategi diversifikasi. Selain itu, perusahaan (UMKM) berusaha untuk memuaskan *stakeholders* agar tetap bertahan, yaitu dengan menambah inovasi produk atau memperbaiki kualitas produk. Berdasarkan pernyataan diatas, maka diajukan hipotesis:

**H<sub>2</sub>**: Strategi diversifikasi berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM.

### Penggunaan E-commerce

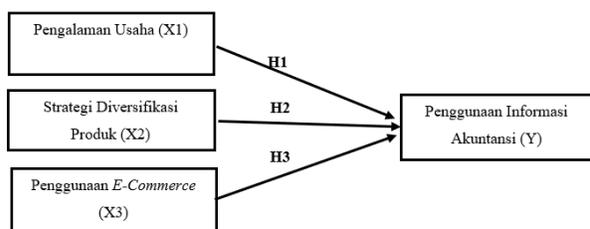
E-commerce merupakan penggunaan teknologi jaringan telekomunikasi untuk

melakukan transaksi komersial, berbagi informasi, dan tetap berhubungan dengan pelanggan, baik sebelum maupun sesudah penjualan (Friadi, 2022). Untuk memperluas pemasaran usaha, diperlukan peran *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* mampu dengan cepat mengembangkan suatu usaha yang dijalankan karena usaha yang dijalankan melalui *e-commerce* memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Suatu usaha yang telah berkembang tidaklah cukup hanya mencatat laporan keuangannya secara sederhana, namun harus dilakukan pencatatan yang lebih baik menggunakan informasi akuntansi. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* dapat mendorong pelaku usaha meningkatkan penggunaan informasi akuntansi. Penggunaan *e-commerce* mampu mendorong UMKM mengalami perkembangan, sehingga UMKM yang berkembang akan semakin membutuhkan penggunaan informasi akuntansi untuk mengelola keuangan usahanya. Penelitian yang dilakukan Shopian (2022), mengungkapkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi. Berdasarkan pernyataan diatas, maka diajukan hipotesis:

**H<sub>3</sub>:** Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM.

**Kerangka Berpikir**

Keterkaitan antara pengaruh pengalaman usaha, strategi diversifikasi, dan penggunaan *e-commerce* terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM dapat disusun kerangka pemikiran pada gambar berikut:



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas, maka dapat dijelaskan keterkaitannya sebagai berikut:

1. Pengalaman usaha memiliki keterkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi karena semakin banyak dan baik pengalaman seorang pelaku usaha atas informasi akuntansi, maka akan semakin baik pula pelaku usaha tersebut dalam penggunaan informasi akuntansi untuk mengelola perusahaannya (Riadi, 2020).
2. Strategi diversifikasi produk bermanfaat bagi suatu usaha untuk meningkatkan pendapatan. Strategi diversifikasi produk mampu mendorong UMKM mengalami kemajuan, sehingga UMKM akan semakin membutuhkan penggunaan informasi akuntansi untuk mengelola keuangan usahanya (Rahmawan et al., 2020).
3. Penggunaan *e-commerce* memiliki keterkaitan dengan penggunaan informasi akuntansi karena penggunaan *e-commerce* mampu dengan cepat mengembangkan suatu usaha yang dijalankan sehingga penggunaan *e-commerce* dapat mendorong pelaku UMKM menggunakan informasi akuntansi agar menghasilkan laporan keuangan yang akurat dan andal (Jannah, 2021).

**METODE PENELITIAN**

Data pada riset ini merupakan data primer dan diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi pada riset ini yaitu pelaku UMKM yang berada di Kota Yogyakarta. Pendekatan *porposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel pada penelitian ini. sampel pada penelitian ini adalah 96 UMKM yang terdaftar di *platform* Nglarisi Kota Yogyakarta dan E-UMKM Kota Yogyakarta.

Sampel pada penelitian ini memiliki kriteria, antara lain: 1) UMKM yang bergerak dalam usaha dagang; 2) Usaha yang berdiri lebih dari 1 (satu) tahun; 3) UMKM yang memiliki laporan keuangan; dan 4) UMKM yang menggunakan *e-commerce* dalam kegiatan usahanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sebaran Responden

Tabel 1 Karakteristik Responden

Data		Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	40	41,7%
	Perempuan	56	58,3%
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>
Usia	21-30 Tahun	84	87,5%
	31-40 Tahun	9	9,4%
	41-50 Tahun	1	1 %
	> 50 Tahun	2	2,1 %
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>
Tingkat Pendidikan	SMA/SMK	52	54,2%
	D III	24	25%
	S1	18	18,7%
	S2	2	2,1%
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>
	Ekonomi/Akuntansi	68	70,8%
	Non Ekonomi/Akuntansi	28	29,2%
<b>Jumlah</b>		<b>96</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki adalah 40 (41,7%) dan sebesar 56 (58,3%) responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan usia, responden berusia 21-30 tahun berjumlah 84 orang (87,5%), sebesar 9 orang (9,4%) berusia 31-40 tahun, 1 orang (1 %) berusia 41-50 Tahun, dan 2 orang (2,1%) berusia lebih dari

50 tahun. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan, 54 orang (54,2%) berpendidikan terakhir SMA/SMK, 24 orang (25%) berpendidikan terakhir D3, 18 orang (18,7%) berpendidikan terakhir S1, dan 2 orang (2,1%) berpendidikan terakhir S2. Berdasarkan jurusan, sebanyak 68 orang (70,8%) berpendidikan terakhir jurusan SMA ekonomi dan SMK akuntansi serta 28 orang (29,2%) berpendidikan terakhir jurusan non ekonomi dan non akuntansi. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berpendidikan terakhir SMA dan berjurusan akuntansi.

### Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Pengalaman usaha (X1)	96	15	25	22,74	2.632
Strategi diversifikasi produk (X2)	96	24	30	28,50	1,818
Penggunaan <i>e-commerce</i> (X4)	96	30	50	46,34	4,576
Penggunaan informasi akuntanssi (Y)	96	20	25	23,82	1,421

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 2 hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa X1 memiliki jawaban maksimum responden adalah 25, yang berarti bahwa jawaban maksimum responden didominasi menjawab sangat setuju. Jawaban minimum sebesar 15 yang berarti bahwa jawaban minimum responden berdominan menjawab netral. Rata-rata jawaban yang diberikan responden pada pernyataan variabel pengalaman usaha adalah 22,74 dan standar deviasi sebesar 2,632. Variabel X2 memiliki jawaban maksimum responden adalah 30 yang berarti bahwa jawaban maksimum responden didominasi menjawab sangat setuju. Jawaban

minimum sebesar 24 yang berarti bahwa jawaban minimum responden berdominan menjawab netral. Rata-rata jawaban yang diberikan responden pada pernyataan variabel strategi diversifikasi produk adalah 28,50 dan standar deviasi sebesar 1,818. Variabel X3 memiliki jawaban maksimum responden adalah 50 yang berarti bahwa jawaban maksimum responden didominasi menjawab sangat setuju. Jawaban minimum sebesar 30 yang berarti bahwa jawaban minimum responden berdominan menjawab netral. Rata-rata jawaban yang diberikan responden pada pernyataan variabel penggunaan *e-commerce* adalah 46,34 dan standar deviasi sebesar 4,576. Variabel Y memiliki jawaban maksimum responden adalah 25 yang berarti bahwa jawaban maksimum responden didominasi menjawab sangat setuju. Jawaban minimum sebesar 20 yang berarti bahwa jawaban minimum responden berdominan menjawab netral. Rata-rata jawaban yang diberikan responden pada pernyataan variabel penggunaan informasi akuntansi adalah 23,82 dan standar deviasi sebesar 1,421.

#### Uji Validitas

Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa setiap instrumen penelitian memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen pernyataan seluruh variabel, dinyatakan valid digunakan sebagai alat ukur penelitian.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengalaman Usaha (X1)	0,881	Reliabel
Strategi Diversifikasi Produk (X2)	0,750	
Penggunaan <i>e-commerce</i> (X3)	0,960	

Penggunaan Informasi Akuntansi (Y)	0,713	
------------------------------------	-------	--

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, variabel pengalaman usaha, strategi diversifikasi produk, penggunaan *e-commerce*, dan penggunaan informasi akuntansi masing-masing menunjukkan nilai *cronbach alpha* 0,881;0,750;0,960, dan 0,713 yaitu diatas 0,70 yang berarti bahwa seluruh instrumen pernyataan masing-masing variabel dinyatakan reliabel.

#### Uji Hipotesis

**Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Unstandardized Coefficient B	Sig	Keterangan
Pengalaman Usaha (X1)	0,107	0,001	Hipotesis di dukung
Strategi Diversifikasi Produk (X2)	0,540	0,000	
Penggunaan <i>e-commerce</i> (X3)	0,037	0,042	

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, variabel pengalaman usaha, strategi diversifikasi produk, dan penggunaan *e-commerce* masing-masing menunjukkan nilai sig= 0,001;0,000;0,042 dengan nilai *unstandardized coefficient* positif. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan variabel pengalaman usaha, strategi diversifikasi produk, dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi.

#### Pembahasan

##### **Pengaruh pengalaman usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, variabel pengalaman usaha memperoleh hasil nilai koefisien beta positif 0,107 dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa

pengalaman usaha berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Imtihanah (2018); Marlina dan Khadijah (2020); Trisnaningsih (2021); Mubarakah (2022). Pengalaman usaha memiliki peranan yang penting dalam penggunaan informasi akuntansi. Hal ini disebabkan pelaku usaha akan semakin baik dalam menggunakan informasi akuntansi apabila semakin banyak pengalaman yang dimilikinya. Penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman usaha yang dimiliki pemilik UMKM di Kota Yogyakarta akan membantu dalam proses penyajian informasi akuntansi yang berkualitas dan efektif menggunakan informasi akuntansi. Pengalaman usaha yang diperoleh tentang penggunaan informasi akuntansi yang dibutuhkan dalam pengambilan keputusan, akan menentukan persepsi pemilik UMKM atas pentingnya penggunaan informasi akuntansi untuk persiapan dan penggunaan dalam dunia usaha yang semakin ketat.

#### **Pengaruh strategi diversifikasi terhadap penggunaan informasi akuntansi**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, variabel strategi diversifikasi produk memperoleh hasil nilai koefisien beta positif 0,540 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa strategi produk berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholders*. Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun harus memberikan manfaat kepada para pihak yang berkepentingan (*stakeholders*) (Hidayat, 2020). UMKM (perusahaan) memperoleh manfaat dapat meningkatkan pendapatan dalam penerapan strategi diversifikasi. Selain itu, perusahaan (UMKM) berusaha untuk memuaskan *stakeholders* agar tetap bertahan, yaitu dengan

menambah inovasi produk atau memperbaiki kualitas produk.

Penelitian ini membuktikan bahwa adanya strategi diversifikasi produk mampu mendorong pelaku UMKM menggunakan informasi akuntansi dalam kegiatan usahanya.

#### **Pengaruh penggunaan e-commerce terhadap penggunaan informasi akuntansi**

Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini, variabel strategi diversifikasi produk memperoleh hasil nilai koefisien beta positif 0,037 dan nilai signifikansi 0,042 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shopian (2022). Penggunaan *e-commerce* merupakan strategi yang efektif dalam menunjang perkembangan usaha. Penggunaan *e-commerce* mampu dengan cepat mengembangkan suatu usaha yang dijalankan karena usaha yang dijalankan melalui *e-commerce* memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Penggunaan *e-commerce* mampu mendorong UMKM mengalami perkembangan, sehingga UMKM yang berkembang akan semakin membutuhkan penggunaan informasi akuntansi untuk mengelola keuangan usahanya. Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kota Yogyakarta mampu mendorong mereka untuk menggunakan informasi akuntansi dalam kegiatan usahanya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka implikasi yang diharapkan sebagai berikut: 1) Adanya penelitian ini, diharapkan pelaku UMKM menjadikan pengalaman usaha yang dimiliki dapat mendorong pelaku usaha tersebut dalam menggunakan informasi akuntansi; 2) diharapkan mampu mendorong pelaku usaha yang telah menerapkan strategi diversifikasi untuk menggunakan informasi akuntansi untuk kegiatan usahanya; 3) diharapkan pelaku

UMKM yang telah mengembangkan bisnisnya melalui *e-commerce* agar menggunakan informasi akuntansi untuk kegiatan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman usaha, strategi diversifikasi produk, dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi.

Terdapat keterbatasan pada saat melakukan penelitian, yaitu peneliti mengalami kesulitan dalam memperoleh penelitian terdahulu yang mendukung pengaruh strategi diversifikasi produk, karena penelitian terkait pengaruh strategi diversifikasi produk terhadap penggunaan informasi akuntansi belum pernah dilakukan.

Berdasarkan keterbatasan diatas, maka saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan/referensi untuk mengembangkan penelitian terkait pengaruh strategi diversifikasi produk terhadap penggunaan informasi akuntansi serta dapat mengembangkan instrumen atau pernyataan dalam kuesioner variabel strategi diversifikasi produk yang lebih spesifik sebagai alat ukur penelitian selanjutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adhivina, V., Eka Diansari, R., Husnia Fachrunnisa, Z., Sulkhani Umam, M., Lorukoba, M., Studi Akuntansi, P., & Bisnis, F. (2022). Pendampingan pelatihan pemasaran dan pembukuan produk UMKM tahu GO Yogyakarta. *Jurnal Dharma Bakti*, 5(2), 166–172.
- [2] Afrianti, R., & Halim, C. (2019). Pengaruh persepsi pelaku UMKM tentang akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan skala usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi di Kelurahan Jalan Baru Kecamatan Pariaman Tengah Kota Pariaman Sumatera Barat tahun 2015-2019. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(4), 41–47.
- [3] Dewi. (2020). Pengaruh pengetahuan akuntansi, motivasi Kerja, good corporate governance, dan skala usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi (Studi empiris pada perusahaan spa di Kecamatan Kuta, Badung-Bali). *Journal Research Accounting*, 02(1), 116–131.
- [4] Diansari, R., Adhivinna, V. V., Umam, M. S., Nusron, L. A., & Kustanti, T. M. (2022). Program digitalisasi dan tata kelola dunia industri usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa Wisata Krebbe, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(3), 763–770.
- [5] Efriyenty, D. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada UMKM Kota Batam. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 69–82.
- [6] Fachrunnisa, Z. H., Mustaghfiroh, M., & Putri, A. Z. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Purworejo. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 383–398.
- [7] Firdarini, K. C. (2020). Pengaruh pengalaman usaha dan penggunaan informasi akuntansi pelaku usaha mikro kecil menengah terhadap keberhasilan usaha. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 6(1), 25–37.
- [8] Fithorah, S. (2017). Pengaruh tingkat pendidikan, pengetahuan akuntansi, pengalaman usaha dan skala usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi pada usaha kecil menengah (Studi kasus pada pelaku UMKM di Jalan Karangjati dan Jalan Pringapus Kabupaten Semarang. *Jurnal Emas*, 5(1), 84–84.
- [9] Friadi, J. (2022). Sosialisasi dan penyuluhan strategi pemasaran digital pada umkm baby smart bubur bayi berbasis e-Commerce. *Jurnal Pengabdian Bareleng*, 4(1), 71–77.
- [10] Harris, Y. (2021). Determinan

- penggunaan informasi akuntansi pada usaha kecil dan menengah (Ukm) di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 165–178.
- [11] Hendrawati, E. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 43–66.
- [12] Hidayat, I. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pada usaha mikro kecil dan menengah. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(2), 112–121.
- [13] Imtihanah, S. A., Andini, R., & Permana, I. (2018). Pengaruh pendidikan pemilik, pengalaman kerja, pengetahuan akuntansi dan umur usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi pada usaha kecil menengah dengan ketidakpastian lingkungan sebagai variabel moderating. *Jurnal Adnistrasi Publik*, 41, 1–16.
- [14] Jannah, E. (2021). Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi berbasis e-commerce pada umkm. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 16(1), 8–15.
- [15] Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan omset penjualan melalui diversifikasi produk dan strategi promosi pada umkm kerajinan souvenir khas Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- [16] Kustina, K. T., & Utami, L. P. S. (2022). Pengaruh persepsi pelaku usaha tentang akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan skala usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi pada usaha mikro kecil dan menengah. *Journal of Financial and Tax*, 2(1), 13–31.
- [17] Lestari, N. L. W. T., & Dewi, N. N. S. R. T. (2020). Pengaruh pemahaman akuntansi, pemanfaatan sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian intern terhadap kualitas laporan keuangan. *Kumpulan Riset Akuntansi*, 11(2), 170–178.
- [18] Marlina, & Khadijah. (2020). Analisis skala usaha , pendapatan usaha dan pengalaman usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi pada pelaku umkm di Kota Batam. *Jurnal Mutiara Akuntansi*, 5(2), 114–119.
- [19] Mubarokah, I. H., & Srimindarti, C. (2022). Pengaruh tingkat pendidikan, skala usaha dan pengalaman usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 163–171.
- [20] Mustofa, A. W., & Trisnaningsih, S. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi pelaku UMKM. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 30.
- [21] Nirwana, A., & Purnama, D. (2019). Pengaruh jenjang pendidikan, skala usaha dan lama usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi pada UMKM di Kecamatan Ciawigebang. *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 5(1), 55–65.
- [22] Novianti, D., Mustika, I. W., & Eka, L. H. (2018). Pengaruh tingkat pendidikan, pelatihan akuntansi, umur usaha dan skala usaha pelaku UMKM terhadap penggunaan informasi akuntansi di Kecamatan Purwokerto Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntnasi (JEBA)*, 20(3), 1–14.
- [23] Perliana, R. H. (2022). Pengaruh pemahaman akuntansi, motivasi berkembang dan kebutuhan pendanaan terhadap penggunaan informasi akuntansi (Studi kasus pelaku UMKM di Kabupaten Sleman). *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8.5.2017), 2003–2005.
- [24] Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM. *National Multidisciplinary Sciences*,

- .....
- I(3), 370–383.
- [25] Putri, A. Z., Nusron, L. A., & Pramudiati, N. (2019). Pengelolaan keuangan dan manajemen pemasaran bagi UMKM kri[ik pisang dan ketela di Jepara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 9–17.
- [26] Rahmawan, A., Herwiyanti, E., & Maghfiroh, S. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan informasi akuntansi di ukm wig Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 16(2), 143–170.
- [27] Riadi. (2020). Pengaruh pengalaman usaha terhadap pengembangan usaha dan penggunaan informasi akuntansi sebagai variabel intervening. *Jurnal Penelitian Medan Agama*, 11(1), 80–89. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/medag/article/view/8633>
- [28] Rini, A. D. (2021). Relevansi sikap dan pengalaman pelaku usaha mikro kecil menengah muda dalam pemahaman akuntansi dan pengaruhnya terhadap keberhasilan bisnis. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Dan Call For Paper Unisbank*, 2(1), 593–600.
- [29] Santiago, M. D., & Estiningrum, S. D. (2021). Persepsi dan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya laporan keuangan pada umkm. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 199.
- [30] Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Bengkalis Riau. *Jurnal Ekonomi*, 29(1), 1–10.
- [31] Yulianti, E. T., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2020). Analisis faktor yang mempengaruhi persepsi pelaku usaha mikro kecil dan menengah tentang akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan skala usaha terhadap penggunaan informasi akuntansi. *EJRA*, 09(04), 76–90.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN