

**PENGARUH STRUKTUR PERMODALAN, OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL,
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, DAN SISTEM AKUNTANSI PENJUALAN
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN UMKM DI KECAMATAN NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi (S.Ak) Pada Prodi Akuntansi FEB UN PGRI Kediri



OLEH :

LINTANG PUSPITA ARUM

NPM : 2212020072

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2026**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, khususnya sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), telah memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan ekonomi, dan peningkatan daya beli masyarakat. Dalam era globalisasi dan transformasi digital yang semakin kompetitif ini, peningkatan penjualan menjadi kunci bagi keberlanjutan UMKM. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 64 juta unit UMKM berkontribusi terhadap 61,07% Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (M. Junaidi, 2024). Oleh karena itu, setiap upaya untuk meningkatkan kinerja penjualan UMKM memiliki implikasi langsung terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Maka dari itu, penjualan tidak lagi hanya bergantung pada produk yang dihasilkan, tetapi juga pada bagaimana struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi akuntansi dan sistem akuntansi penjualan diterapkan secara efektif (Sugandha et al., 2025).

Peningkatan penjualan UMKM pada dasarnya merupakan indikator penting yang menunjukkan keberhasilan sebuah usaha dalam memperluas pangsa pasar, meningkatkan permintaan konsumen, serta memperkuat posisi usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Dalam konteks perekonomian daerah, peningkatan penjualan tidak hanya mencerminkan kinerja individual pelaku usaha, tetapi juga menjadi cerminan atas meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat, perubahan pola konsumsi, serta tumbuhnya daya beli. Dengan kata lain, peningkatan penjualan sering kali berkaitan erat dengan perkembangan jumlah penduduk dan dinamika pertumbuhan UMKM di suatu wilayah. Oleh karena itu, sebelum menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penjualan, penting untuk melihat terlebih dahulu bagaimana pertumbuhan

jumlah pelaku usaha mikro terjadi, karena peningkatan jumlah pelaku usaha juga menggambarkan pertumbuhan intensitas kegiatan ekonomi yang berpotensi memperkuat peningkatan volume penjualan UMKM secara keseluruhan. Dengan bertambahnya jumlah UMKM yang beroperasi, semakin besar pula peluang terjadinya inovasi dalam strategi pemasaran dengan optimalisasi media sosial, dan penguatan sistem akuntansi penjualan yang mendukung peningkatan kinerja penjualan. Berikut data pertumbuhan jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk tahun 2024-2025.

Tabel 1. 1
Data Pertumbuhan Jumlah Pelaku UMKM di Kabupaten Nganjuk Tahun 2024-2025

Provinsi	Kabupaten	Kecamatan	2024	2025
Jawa Timur	Nganjuk	PATIANROWO	387	418
Jawa Timur	Nganjuk	JATIKALEN	232	248
Jawa Timur	Nganjuk	GONDANG	461	498
Jawa Timur	Nganjuk	NGLUYU	104	113
Jawa Timur	Nganjuk	LENGKONG	372	398
Jawa Timur	Nganjuk	REJOSO	488	517
Jawa Timur	Nganjuk	BAGOR	791	854
Jawa Timur	Nganjuk	KERTOSONO	890	961
Jawa Timur	Nganjuk	WILANGAN	323	346
Jawa Timur	Nganjuk	BARON	846	914
Jawa Timur	Nganjuk	SUKOMORO	544	577
Jawa Timur	Nganjuk	NGRONGGOT	1395	1493
Jawa Timur	Nganjuk	PRAMBON	1172	1266
Jawa Timur	Nganjuk	TANJUNGANOM	1816	1961
Jawa Timur	Nganjuk	SAWAHAN	600	636
Jawa Timur	Nganjuk	BERBEK	596	638
Jawa Timur	Nganjuk	LOCERET	1007	1088
Jawa Timur	Nganjuk	PACE	663	716
Jawa Timur	Nganjuk	NGANJUK	1631	1745
Jawa Timur	Nganjuk	NGETOS	374	396
Jumlah			14735	15914

Sumber: Portal Satu Data | Kabupaten Nganjuk

Data pertumbuhan jumlah pelaku usaha mikro menunjukkan adanya peningkatan aktivitas kewirausahaan di masyarakat yang mencerminkan semakin kondusifnya iklim usaha mikro.

Pertumbuhan tersebut dipengaruhi oleh beberapa indikator utama, antara lain kemudahan akses perizinan usaha melalui digitalisasi layanan pemerintah, peningkatan literasi dan inklusi keuangan, serta dukungan kebijakan fiskal dan program pemberdayaan UMKM. Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi pemasaran turut berperan dalam menurunkan hambatan masuk bagi pelaku usaha mikro, sehingga masyarakat lebih terdorong untuk memulai usaha. Faktor lain yang juga mempengaruhi adalah kondisi ekonomi makro yang relatif stabil, meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat, serta adanya program bantuan dan pendampingan usaha yang mendorong keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat, UMKM memerlukan struktur permodalan yang baik guna mendukung kapasitas produksi, pengadaan stok, dan pengembangan usaha. Struktur permodalan menggambarkan bagaimana suatu usaha mengelola komposisi antara modal sendiri dan modal pinjaman untuk mendukung kegiatan operasional dan investasi (Hidayat, 2022). Meningkatnya jumlah penduduk mengindikasikan adanya kecenderungan pelaku usaha untuk tetap bertahan dan berkembang dengan struktur permodalan yang sederhana, serta memanfaatkan skema pembiayaan alternatif seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pembiayaan mikro. Kondisi ini mencerminkan bahwa struktur permodalan memiliki peran strategis dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM, khususnya dalam meningkatkan penjualan dan daya saing usaha mikro di tengah dinamika perekonomian (Ahyar et al., 2024).

Di sisi lain, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial telah mendukung transformasi signifikan dalam mekanisme interaksi pelaku UMKM dengan konsumen. Kemajuan teknologi dan komunikasi tersebut mendorong pelaku UMKM dalam mempromosikan produknya dengan menggunakan teknik

optimalisasi media sosial. Optimalisasi platform media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *TikTok*, dan *WhatsApp* telah terbukti sebagai instrumen efektif untuk mempromosikan produk serta pembentukan keterkaitan langsung dengan pelanggan. Data dari Datareportal menunjukkan tingginya pengguna media sosial di Indonesia.

Tabel 1. 2
Perbandingan Pengguna Media Sosial di Indonesia

Platform	Pengguna 2024 (%)	Pengguna 2025 (%)
Whatsapp	90,9%	90,8%
Instagram	85,3%	82,4%
Facebook	81,6%	81,0%
Tiktok	73,5%	78,4%

Sumber: *Laporan We Are Sosial / Datareportal*

Data tersebut menunjukkan bahwa pada platform *whatsapp* mengalami penurunan sebanyak 0,1% pengguna, platform *instagram* mengalami penurunan sebanyak 2,9% pengguna, platform *facebook* mengalami penurunan sebanyak 0,6% pengguna, dan platform *tiktok* mengalami kenaikan sebanyak 4,9% pengguna, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM menargetkan peningkatan penjualan menggunakan platform *tiktok* dan memanfaatkan konten kreatif dan interaktif, pelaku UMKM dapat membangun hubungan emosional dengan konsumen serta meningkatkan loyalitas pelanggan yang berujung pada peningkatan volume penjualan. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial mampu memperluas jangkauan pasar dan menarik pelanggan baru secara signifikan (Aprilia et al., 2024).

Selain faktor promosi, perkembangan sistem informasi akuntansi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan penjualan pada UMKM. Sistem informasi akuntansi membantu pelaku UMKM dalam mencatat, mengolah, dan menyajikan informasi keuangan secara akurat dan tepat waktu (Prasidya et al., 2024). Dengan adanya informasi tersebut, pelaku usaha dapat mengetahui kondisi keuangan usahanya, mengontrol pengeluaran, serta merancang strategi

penjualan yang lebih efektif. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa sistem informasi akuntansi mampu mengubah data transaksi menjadi informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu, penerapan sistem informasi akuntansi yang baik dapat mendorong peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha UMKM (Fauzia et al., 2022).

Di tengah kemajuan teknologi tersebut, faktor internal seperti sistem akuntansi penjualan juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung peningkatan penjualan UMKM. Keberhasilan peningkatan penjualan UMKM juga sangat dipengaruhi oleh penerapan sistem akuntansi penjualan yang baik. Sistem akuntansi penjualan berfungsi untuk mencatat, mengklasifikasikan, dan melaporkan setiap transaksi penjualan secara akurat sehingga dapat menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial. Sistem informasi akuntansi yang efektif mampu meningkatkan efisiensi, keandalan, dan relevansi informasi keuangan yang dihasilkan, sehingga membantu pelaku usaha dalam merencanakan strategi penjualan dan pengendalian keuangan (Romney & Steinbart, 2022).

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa banyak UMKM di Kabupaten Nganjuk, khususnya di Kecamatan Nganjuk, masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan penggunaan teknologi dan sistem keuangan modern. Mayoritas pengusaha UMKM masih mengandalkan metode manual untuk mencatat transaksi dan mempromosikan produk, sehingga potensi peningkatan penjualan belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan implementasi antara kebijakan pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM dan kesiapan pelaku usaha di tingkat lokal.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) muncul karena berbagai studi sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten terkait pengaruh masing-masing variabel terhadap peningkatan

penjualan UMKM. Misalnya, Penelitian yang dilakukan oleh (Aprila et al (2024) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi seperti QRIS, media sosial, dan permodalan berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Namun, (Rahmawati & Hadi (2021) menemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji kembali faktor-faktor tersebut terhadap peningkatan penjualan UMKM agar diperoleh bukti empiris yang lebih kuat.

Kesenjangan lainnya terdapat pada kurangnya penelitian yang mengkaji empat variabel sekaligus, yaitu struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi akuntansi, dan sistem akuntansi penjualan dalam satu model penelitian. Penelitian sebelumnya umumnya hanya mengkaji dua atau tiga variabel tanpa memasukkan sistem informasi akuntansi dan sistem akuntansi penjualan secara simultan. Padahal, dalam konteks digitalisasi UMKM, keempat faktor tersebut saling berhubungan dan bersama-sama memengaruhi kinerja penjualan. Oleh sebab itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk menutup *gap* penelitian dengan memberikan model analisis yang lebih lengkap dan komprehensif.

Penelitian ini memiliki urgensi untuk mendukung agenda pemerintah dalam mendorong transformasi digital UMKM. Program pembinaan pelaporan keuangan berbasis SAK EMKM merupakan bagian dari strategi nasional inklusi keuangan. Dengan memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan penjualan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi penguatan UMKM di tingkat lokal maupun nasional.

Secara khusus, fokus penelitian pada Kecamatan Nganjuk dipilih karena wilayah ini memiliki karakteristik ekonomi yang beragam dengan pertumbuhan UMKM yang pesat namun belum sepenuhnya terdigitalisasi. Kondisi ini mencerminkan konteks yang

ideal untuk meneliti pengaruh variabel-variabel tersebut secara aktual. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi model pengembangan kebijakan pemerintah dalam mendorong transformasi digital UMKM dan strategi peningkatan penjualan bagi UMKM di daerah lain dengan karakteristik serupa.

Merujuk pada permasalahan UMKM yang belum sepenuhnya terdigitalisasi, peneliti menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan pendekatan kausalitas untuk memperoleh data dari sumber dengan menggunakan kuesioner yang berikutnya akan diolah dan dilakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi SPSS. Metode dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi akuntansi, dan sistem akuntansi penjualan terhadap peningkatan penjualan UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang diharapkan dapat memberikan gambaran empiris yang kuat mengenai pengaruh hubungan antar variabel dan menjadi dasar dalam menyusun strategi peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Struktur Permodalan, Optimalisasi Media Sosial, Sistem Informasi Akuntansi, dan Sistem Akuntansi Penjualan terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disampaikan, maka yang menjadi masalah utama dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah struktur permodalan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk?
2. Apakah optimalisasi media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk?
3. Apakah sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk?

4. Apakah sistem akuntansi penjualan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk?
5. Apakah struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi akuntansi, dan sistem akuntansi penjualan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh struktur permodalan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk.
2. Untuk menganalisis pengaruh optimalisasi media sosial terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk.
3. Untuk menganalisis pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk.
4. Untuk menganalisis pengaruh sistem akuntansi penjualan terhadap peningkatan penjualan UMKM di Kecamatan Nganjuk.
5. Untuk menganalisis pengaruh struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi akuntansi, dan sistem akuntansi penjualan secara simultan terhadap peningkatan penjualan UMKM.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan penjualan UMKM, khususnya melalui pendekatan kuantitatif yang menilai pengaruh struktur permodalan, optimalisasi media sosial, sistem informasi

akuntansi, dan sistem akuntansi penjualan. Hasil penelitian ini memperkaya literatur terkait manajemen penjualan, pemasaran digital, sistem informasi akuntansi, serta kebijakan finansial bagi UMKM, dan dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan model analisis yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini memperkuat temuan empiris mengenai efektivitas digitalisasi usaha dan manajemen keuangan dalam meningkatkan performa penjualan UMKM di tingkat daerah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan berdasarkan faktor-faktor yang terbukti berpengaruh secara signifikan. Pelaku usaha dapat memahami bagaimana struktur permodalan yang sehat, pemanfaatan media sosial secara optimal, penggunaan sistem informasi akuntansi secara efektif, serta penerapan sistem akuntansi penjualan yang akurat sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha. Temuan penelitian ini diharapkan membantu UMKM dalam merancang strategi pemasaran, pengelolaan modal, dan pencatatan transaksi yang lebih efisien, sehingga usaha dapat berkembang secara berkelanjutan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

3. Bagi Pemerintah Daerah dan Lembaga Keuangan

a. Bagi Pemerintah Daerah

Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai dasar pertimbangan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM yang lebih terarah, khususnya terkait penyediaan akses permodalan, pelatihan literasi digital dan akuntansi, serta penguatan ekosistem transaksi digital. Penelitian ini juga memberikan gambaran empiris mengenai variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan, sehingga pemerintah dapat memprioritaskan program pembinaan yang

lebih tepat sasaran.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini memberikan informasi penting mengenai tingkat kesiapan dan kapasitas UMKM dalam mengelola modal, menerapkan sistem akuntansi, dan memanfaatkan teknologi keuangan. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan untuk meningkatkan penilaian kelayakan pembiayaan, memperluas akses kredit, serta merancang produk layanan keuangan yang lebih sesuai dengan kebutuhan para pelaku UMKM secara merata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Burachman Hakim, H. (2021). Optimalisasi media sosial dalam mendukung praktik kehumasan di UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta. *Media Informasi*, 30(1), 30–41. <https://doi.org/10.22146/mi.v30i1.4045>
- Adoe, et al. (2024). Buku Manajemen Penjualan & Kewiraniagaan. In *Journal GEEJ* (Vol. 7, Issue 2).
- Afifah, A. F., Setiawan, R. T., Abdullah, V. S. N. H., Febriana, Z. A., & Supriyono. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Penjualan UMKM. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 9, 1285–1290.
- Ahyar, M., Fadah, I., & Paramu, H. (2024). Struktur Modal dan UKM: A Systematic Literature Review. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 10(2), 254–265. <https://doi.org/10.29303/jseh.v10i2.597>
- Akil, A. N., Vina, W., Anwar, R., Pamastutiningtyas, T. S., & Intan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Informasi Akuntansi Terhadap Kepuasan Pengguna. *Jurnal Teknologi Dan Inovasi Digital*, 01(01), 63–72.
- Anggraini, N. P. N., Rustiarini, N. W., & Satwam, I. K. S. B. (2022). Optimalisasi Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Volume 6(No. 6), 4888–4896. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i6.11216>
- Annas, N. A., & Asmirawati. (2023). Keunggulan Kompetitif dan Penggunaan Teknologi Media Sosial Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM Di Kota Makassar. *Jurnal Ekonometriks*, Volume 6. <https://ojs.unpatompo.ac.id/index.php/jie/en/article/view/213/158>
- Aprilia, L., Suwarno, S., & Andrinaldo, A. (2024). Analisis Penggunaan QRIS, Permodalan Dan Sosial Media Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kecamatan Tugumulyo. *Escaf*, 513–516.
- Aura, S., & Efrianti, D. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, Volume 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v9i2.876>
- Darmanto, Wardaya, F. S., & Suistyani. (2018). *Kiat Percepatan Kinerja UMKM dengan Model Strategi Orientasi Berbasis Lingkungan* (Cetakan Pe). Deepublish.
- Fauzia, A. A. Z., Nurpitasari, S., Oktavia, P. W. S., & Putri, C. L. (2022). *Peran sistem informasi akuntansi dalam mendukung pengambilan keputusan majerial*.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Universitas Diponegoro.
- Hidayat, W. W. (2022). *Buku Referensi Struktur Modal (Capital Structure)*.
- Ilahiyah, D. N. H. (2021). Pengaruh Earning Per Share (Eps) Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Akuntansi Dewantara*, 5(2). <https://doi.org/10.26460/ad.v5i2.9574>
- Istanto, Y., Rahatmawati, I., Sugandi, D., Arundati, R., & Adisti, T. (2020). *Pemasaran melalui media sosial pada usaha kecil*.
- Jannah, M., & Yanti, W. (2025). Analisis Kinerja, Tren Keterlibatan Publik, dan Strategi Kolaborasi Konten Reels Instagram @Lovelyberau. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 1599–1605. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3595>
- M. Junaidi. (2024). *UMKM HEBAT, PEREKONOMIAN NASIONAL MENINGKAT*. InTress Indonesian Treasury KPPN Curup. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/curup/id/data-publikasi/artikel/2885-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi Akuntansi Edisi 4*. Penerbit: Salemba Empat.
- Pintaningrum, Y., Rahmat, B., Ermawan, R., Indrayana, Y., Meiswaryasti Putra, A., Dari Hulu Ke Hilir Untuk Kampanye Kesehatan Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA, S., & Author, C. (2023). Optimalisasi Media Sosial Dari Hulu Ke Hilir Untuk Kampanye Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v6i1.4553>
- Prasidya, T. C. I. ., Adhani, I., Prawitasari, P. P., & Husni, M. (2024). Sistem Informasi Akuntansi. In D. P. Sari (Ed.), *Get Press Indonesia*.
- Rahmawati, & Hadi. (2021). *pengaruh struktur modal terhadap pertumbuhan penjualan UMKM di sektor makanan dan minuman*.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2019). Sistem Informasi Akuntansi (Accounting Information Systems). (Vols. vol. 3, Issue 2). In *Salemba Empat*.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2022). Sistem Informasi Akuntansi Edisi 13 Cetakan kedelapan. In *Salemba Empat*. <https://doi.org/10.1093/nq/s11-vii.174.333d>
- Sadri, H., & Marlina, L. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Penjualan Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Meulaboh. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 7922–7929.
- Salih, L. B. J. S., & Nugroho, M. N. (2026). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Sebagai Upaya Peningkatan Pengendalian Internal pada

- UMKM M'Crepes. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 567–577. <https://doi.org/10.55606/optimal.v6i1.9628>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* (Edisi 6). Penerbit: Salemba Empat.
- Septrita Sutriyani, Tri Inda Fadhila Rahma, & Aqwa Naser Daulay. (2024). Analisis Keefektifan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 350–371. <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v2i1.1722>
- Sobiri, M., & Nashrullah. (2026). Analisis *Validitas Dan Reliabilitas* Instrumen Penelitian Dalam Pendekatan Kuantitatif. *Psikosopen : Jurnal Psikososial Dan Pendidikan, Volume 2*.
- Soebiantoro, & Haryanti, N. (2024). Peningkatan Akses Permodalan bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, Volume 1(2), 122–136. <https://doi.org/10.35457/transgenera.v1i2.3795>
- Srijono, C. A., Mangantar, M., Tasik, H. H. D., Institusional, P. K., Pada, D. A. N. L., Srijono, C. A., Mangantar, M., & Tasik, H. H. D. (2023). *STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 - 2021 THE ROLE OF INSTITUTIONAL OWNERSHIP , PROFITABILITY , AND LIQUIDITY IN THE CAPITAL STRUCTURE OF BANKING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR THE PERIOD 2015 - . 11(02)*, 206–215.
- Sudirja, S., & Mayangsari, D. (2022). Sistem Informasi Akuntansi sebagai Solusi dalam Pengelolaan Data Keuangan Perusahaan. *JAIS - Journal of Accounting Information System*, 2(01), 39–46. <https://doi.org/10.31294/jais.v2i01.1275>
- Sugandha, S., Janamarta, S., Tholok, F. W., & Yana, D. (2025). Peningkatan Performa UMKM Melalui Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal of Entrepreneurship & Technopreneurship*, 2(1), 25–36. <https://doi.org/10.47927/joet.v2i1.1265>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.)). Alfabeta. <https://online.fliphtml5.com/cyqfr/jppo/>
- Suharni, S., Lestari, W. A., & Kumalawati, L. (2025). Pengaruh Mental Accounting, Sistem Informasi Akuntansi, Modal Usaha, Dan Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Kinerja Umkm Di Kabupaten Madiun. *JAMER : Jurnal Akuntansi Merdeka*, 6(1), 8–17. <https://doi.org/10.33319/jamer.v6i1.136>
- Sulistyowati, E., & Widyastuti, T. (2024). Analisis Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Untuk Meningkatkan Pengendalian Intern Pada UMKM Iqien Cake. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, Volume 1(No 10), 1119–1127.

<https://jurnal.intekom.id/index.php/ijema/article/view/832/660>

- Theresia, M., & Pukan, L. (2026). Peranan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Untuk Meningkatkan Efektivitas Pengendalian Internal Penjualan Pada PT . Arta Boga Cemerlang Kota Malang The Role of Sales Accounting Information Systems in Improving the Effectiveness of Internal Control over. *Jurnal Kolaboratif Sains*, Volume 9, 1024–1032. <https://doi.org/10.56338/jks.v9i1.10148>
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *Aplikasi SPSS 25.0 untuk Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Utomo, R. R. (2025). Optimalisasi Komunikasi Pemasaran Digital BINUS University pada Konten Media Sosial Instagram dan YouTube. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 7(2), 461–475. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.2005>
- Zakaria, S. A., Arham, M. A., & Badu, R. S. (2024). Pengaruh Modal Usaha terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Makanan dan Minuman di Kota Gorontalo. *Jamak Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, Volume 2, 497–505.