NATIONAL CONFERENCE ON RESEARCH AND PROCEEDINGS SISI INDONESIA (NCR-PRO SINESIA 2025) & NATIONAL CONFERENCE ON COMMUNITY SERVICE AND PROCEEDINGS SISI INDONESIA (NC2S-PRO SINESIA 2025)
E-ISSN: _____

Kajian Literatur: Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Usaha

The Effect Of Accounting Information Systems, Digital Marketing On Business Performance: A Literature Review Study

Gabrena Septi Aulia[1], Sri Trisnaningsih[2]
2101310319@student.upnjatim.ac.id
[1]Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
[2] Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Info Artikel
|Submitted: 22 May 2025 **|Revised**: 24 May 2025 **|Accepted**: 25 May 2025
How to cite: Gabrena Septi Aulia & Sri Trisnaningsih, "*The Effect Of Accounting Information Systems, Digital Marketing On Business Performance: A Literature Review Study* ", National Conference On Research And Proceedings Sisi Indonesia (NCR-PRO SINESIA 2025) & National Conference On Community Service And Proceedings Sisi Indonesia (NC2S-PRO SINESIA 2025), 2025, P. 1-18.

ABSTRACT

Businesses must be able to adjust to technology in the rapidly changing digital age in order to increase operational effectiveness and competitiveness. Finding the best way to use accounting information systems and combine them with digital marketing tactics to boost company performance is one of the biggest problems. Using a literature research methodology, this study seeks to examine how digital marketing and accounting information systems impact company performance. This approach is carried out by gathering, going over, and assessing a variety of previous research that is relevant to the subject. The literature analysis's findings demonstrate how using a trustworthy accounting information system may increase productivity, the quality of financial data, and the ability to make better decisions. Digital marketing, on the other hand, helps to increase market reach and improve customer interactions. It has been demonstrated that the two work well together to improve corporate performance. These results have significant ramifications for companies looking to confront competition and establish a long-term competitive edge by integrating digital marketing and information technology.

Keyword: *Accounting information system; digital marketin;, business performance, digital era*

ABSTRAK

Bisnis harus mampu menyesuaikan diri dengan teknologi di era digital yang berubah dengan cepat untuk meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing. Menemukan cara terbaik untuk menggunakan sistem informasi akuntansi dan menggabungkannya dengan taktik pemasaran digital untuk meningkatkan kinerja perusahaan adalah salah satu masalah terbesar. Dengan menggunakan metodologi penelitian literatur, studi ini berupaya untuk meneliti bagaimana pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi memengaruhi kinerja perusahaan. Pendekatan ini dilakukan dengan mengumpulkan, meninjau, dan menilai berbagai penelitian sebelumnya yang relevan dengan subjek tersebut. Temuan analisis literatur menunjukkan bagaimana penggunaan sistem informasi akuntansi yang dapat dipercaya dapat meningkatkan produktivitas, kualitas data keuangan, dan kemampuan untuk membuat keputusan yang lebih baik. Pemasaran digital, di sisi lain, membantu meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi pelanggan. Telah dibuktikan bahwa keduanya bekerja sama dengan baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil ini memiliki konsekuensi yang signifikan bagi perusahaan yang ingin menghadapi persaingan dan membangun keunggulan kompetitif jangka panjang dengan mengintegrasikan pemasaran digital dan teknologi informasi.

This work is licensed under CC BY-SA 4.0

Kata Kunci: Sistem Informasi Akuntansi; Digital Marketing; Kinerja Usaha; Era Digital

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam dunia usaha. Saat ini, pelaku usaha dituntut tidak hanya untuk mampu menghasilkan produk atau layanan yang baik, tetapi juga harus bisa mengelola keuangan secara efisien dan memasarkan usahanya secara tepat sasaran. Di tengah arus digitalisasi, dua aspek yang menjadi sorotan utama adalah sistem informasi akuntansi dan digital marketing. Sistem informasi akuntansi memudahkan pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, dan pengambilan keputusan berbasis data bagi pelaku bisnis dengan lebih cepat dan akurat. Sayangnya, menurut data Otoritas Jasa Keuangan [1] Di Indonesia, pencatatan manual masih digunakan oleh lebih dari 60% usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang dapat menyebabkan kesalahan dan keterlambatan pelaporan.

Sementara itu, digital marketing menjadi kunci dalam menjangkau konsumen secara luas dan interaktif. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2023), lebih dari 200 juta orang di Indonesia merupakan pengguna internet, dan mayoritas aktif di media sosial. Pelaku usaha memiliki peluang yang sangat besar untuk memasarkan produknya secara lebih efektif dan kreatif. Namun kenyataannya, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan teknologi ini dengan optimal. Survei dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sekitar 70% UMKM masih kesulitan dalam menggunakan teknologi digital, baik dalam pengelolaan keuangan maupun pemasaran[2].

Mempelajari isu ini menarik, terutama jika dikaitkan dengan hipotesis Model Penerimaan Teknologi (TAM) Davis. Menurut TAM, adopsi seseorang terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh seberapa bermanfaat dan sederhananya teknologi tersebut menurut mereka (manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan). Dalam hal ini, penting untuk memahami apakah pelaku bisnis menganggap ketersediaan sistem informasi pemasaran dan akuntansi digital bermanfaat, serta bagaimana penggunaan teknologi ini dapat memengaruhi peningkatan kinerja perusahaan. Jika keduanya dipahami dan diterima dengan baik, maka penggunaan teknologi akan mendorong proses bisnis menjadi lebih efisien, terukur, dan kompetitif di era digital saat ini.

Sistem informasi akuntansi dan pemasaran digital memiliki interaksi penting yang meningkatkan keberhasilan perusahaan. Inisiatif pemasaran digital dapat didukung oleh data yang akurat dan relevan dari sistem informasi akuntansi

[1] OJK, "Ojk 2022," 2022, 59–90, www.ojk.go.id.
[2] Danar Aflagaly and Dewi Kusumowati, "Pengaruh E-Wallet Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan UMKM" 7, no. 1 (2025): 36–43.

yang kuat. Analisis data keuangan yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi, misalnya, dapat membantu pelaku bisnis dalam mengidentifikasi barang yang paling menguntungkan untuk dipromosikan dan menentukan anggaran pemasaran yang tepat. Sebaliknya, strategi digital marketing yang efektif dapat meningkatkan penjualan dan, pada gilirannya, memperbaiki kinerja keuangan yang tercatat dalam sistem informasi akuntansi.

Melalui analisis literatur yang menyeluruh, makalah ini berupaya menyelidiki bagaimana pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi memengaruhi kinerja perusahaan. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara kedua faktor tersebut dan bagaimana keduanya memengaruhi keberhasilan perusahaan dengan memeriksa sejumlah penelitian sebelumnya. Diharapkan bahwa kesimpulan artikel ini akan membantu pelaku bisnis membuat rencana yang lebih berhasil untuk meningkatkan kinerja mereka di era digital yang sangat kompetitif.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *Studi Literature Review* sebagai teknik utama dalam mengumpulkan data. Studi literatur dilakukan dengan cara mencari data atau informasi melalui membaca jurnal ilmiah, buku, dan sumber sumber-sumber lain yang tersedia di perpustakaan[3]. Proses ini dilakukan dengan menelaah dan menganalisis sejumlah artikel yang relevan dengan tema transformasi digital dalam kinerja usaha yang bertujuan untuk menghimpun informasi yang aktual dan komprehensif, memahami hasil peneliti sebelumnya, serta menemukan ruang yang masih belum banyak diteliti. Dengan melakukan kajian terhadap berbagai literatur, diharapkan penelitian ini mampu menyajikan gambaran yang lebih utuh dan mendalam terkait topik yang diteliti.

«Dalam proses pengumpulan literatur, penelitian ini memanfaatkan database SINTA melalui bantuan platform seperti "*Connected Papers, Garuda, Publish or Perish*". Dari hasil penelusuran tersebut, terpilih 15 artikel yang dinilai paling relevan dengan fokus kajian. SINTA dipilih karena merupakan salah satu sumber referensi ilmiah nasional yang kredibel dan banyak digunakan di lingkungan akademik Indonesia. Artikel yang telah dipilih kemudian dianalisis untuk menelusuri isi pembahasan, tren penelitian yang berkembang, serta temuan penting lainnya. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmiah yang bermakna dan didasarkan pada bukti yang dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

Hasil dan pembahasan

[3] Habsiah Ramadhani Putri and Sri Trisnaningsih, "Analysis of Determinants of Interest in Using Financial Technology : A Literature Study" 2, no. April (2025): 89–94.

Berikut ini merupakan ringkasan dari 15 artikel yang digunakan sebagai bahan tinjauan Pustaka untuk memudahkan pemahaman

Tabel 1. Literature review

No.	Nama Penulis dan Tahun	Judul	Metodologi	Temuan
1	Ulansari dkk, 2024 [4]	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Sumber Daya Manusia, Kemapuan Menyusun Laporan Keuangan, dan Pemanfaatan E-commerce Terhadap Kinerja Usaha UMKM	Kuantitatif (analisis regresi linear berganda)	Sistem Informasi Akuntansi z Manusia sebesar 0,003, variabel Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan sebesar 0,005, Pemanfaatan E-Commerce sebesar 0,000 dan Adjusted R Squre menunjukkan nilai sebesar 0,702 atau 70,2%. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Sumber Daya Manusia, Kemampuan Penyusunan Laporan Keuangan, dan Pemanfaatan E-Commerce.
2	Hidayat & Setyariningsih, 2024[5]	Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Kinerja Perusahaan: *Review*	Kuantitatif (analisis regresi linear berganda), PLS-SEM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang mampu mengadopsi dan menerapkan

[4] Vanda Tri Ulansari, Nurharibnu Wibisono, and Arini Wildaniyati, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Kualitas Sumber Daya Manusia , Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan , Dan Pemanfaatan E - Commerce Terhadap Kinerja Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM)" 13, no. September (2024): 418–28.

[5] Budi Utami M. Syamsul Hidayat, Eny Setyariningsih, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Perusahaan: Review Literatur Sistematik," *Cakrawala Informasi* 1, no. 1 (2024): 1–14.

		Litertur Sistematik		strategi digital marketing yang efektif cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik. Hal ini disebabkan oleh kemampuan mereka untuk menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan efisien melalui berbagai saluran digital.
3	Mustofa & Trisnaningsih 2021[6]	Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku UMKM	Kuantitatif (analisis regresi linear berganda), IBM SPSS *Statistics* 22	Tiga dari empat faktor independen dalam penelitian ini pengetahuan akuntansi, pelatihan akuntansi, dan skala bisnis memiliki dampak positif terhadap pemanfaatan informasi akuntansi. Namun, penggunaan informasi akuntansi tidak dipengaruhi secara positif oleh pengalaman bisnis.
4	Gunawan & Suandana 2024[7]	Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja UKM (Studi pada UKM di	Kuantitatif (analisis regresi linear berganda)	Hasil penelitian ini, variabel yang diteliti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan laba UMKM. Penerapan SIA membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih efisien, sementara e-commerce memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan.

[6] Alifiah Wulansari Mustofa and Sri Trisnaningsih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku UMKM," *Jurnal Akuntansi Profesi* 12, no. 1 (2021): 30, https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.32784.

[7] Ketut Gunawan and Nyoman Suandana, "Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja UKM (Studi Pada UKM Di Kabupaten Buleleng Bali)," *Widya Amerta* 11, no. 1 (2024): 129–51.

		Kabupaten Buleleng Bali)		Digital marketing juga berkontribusi pada peningkatan laba dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi yang lebih efektif.
5	Wulandari & Trisnaningsih, 2022[8]	Optimalisasi Pengendalian Computerize Sistem Informasi Akuntansi Sebagai Bentuk Fraud Prefentve	Literature Review	Hasil penelitian optimalisasi pengendalian atas sistem informasi akuntansi computerize sangatlah penting dalam upaya fraud prefentive.
6	Febriyani & Dharma, 2024[9]	Pengaruh Penerapan Aplikasi SIA, Digital Marketing & E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Laba Pada UMKM Kota Bandar Lampung	Kuantitatif	Has Studi ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diteliti memiliki dampak yang baik dan signifikan terhadap perluasan pendapatan UMKM. Sementara e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan, adopsi SIA membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Dengan menggunakan media sosial untuk periklanan yang lebih sukses, pemasaran digital juga membantu meningkatkan pendapatan.

[8] Aldo Anggit Febriyani and Fitra Dharma, "Pengaruh Penerapan Aplikasi Sia, Digital Marketing & E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Umkm Kota Bandar Lampung," *Akuntansi Dewantara* 8, no. 1 (2024): 404–16, https://doi.org/10.30738/ad.v8i1.17182.
[9] Febriyani and Dharma.

7	Arsyad dkk, 2023 [10]	Pengaruh Transformasi Sistem Pencatatan Keuangan Dan Digital Marketing Dengan Financial Technology Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Profitabilitas UKM Kota Makassar	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas UKM di Kota Makassar telah dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh perubahan sistem pencatatan keuangan dan pemasaran digital. Profitabilitas dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh modernisasi sistem pencatatan keuangan dan pemasaran digital yang diperkuat oleh teknologi finansial.
8	Fitri & Halik 2023[11]	Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan pada usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mahdar	Kuantitatif	Banyak pelaku UMK yang belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Sebaliknya, inovasi produk, seperti peningkatan kualitas dan diferensiasi, menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini merekomendasikan agar pelaku UMK meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam digital marketing serta terus berinovasi untuk mencapai keberlanjutan dalam bisnis

[10] Muh Rifai Arsyad, Andi Nurwanah, and Muhammad Nur, "Pengaruh Transformasi Sistem Pencatatan Keuangan Dan Diigital Marketing Dengan Financial Technology Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Profitabilitas UKM Kota Makassar," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban* 9, no. 2 (2023): 342–55, https://doi.org/10.24252/jiap.v9i2.43398.

[11] Fitri Fitri and Rizky Ariesty Fachrysa Halik, "Peran Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Usaha Mikro Dan Kecil Agribisnis Di Polewali Mandar," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 12, no. 3 (2023): 556–63, https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832.

				mereka
9	Elim dkk, 2024[12]	Dampak Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Kupang Pada Masa Pandemi Covid-19	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat memengaruhi pertumbuhan penjualan, pendapatan, jangkauan pasar, dan jumlah pelanggan ketika digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa di UMKM Kota Kupang. Selain itu, UMKM memiliki sejumlah tantangan dalam pemasaran digital, termasuk kurangnya pengetahuan tentang bisnis online, kurangnya dana, personel yang tidak siap, kurangnya fasilitas pendukung, jaringan internet yang tidak konsisten, dan ketidakpercayaan terhadap perdagangan online..
10	Asmana, 2022[13]	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan PT.Bank Mandiri Persero Tbk, di Jakarta	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan sistem informasi akuntansi. Kinerja karyawan di PT. Bank Mandiri Persero TBK dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas sistem informasi akuntansi, dan juga dipengaruhi secara positif

[12] Yuan Valentino Elim et al., "Dampak Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Kupang Pada Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2024): 97–110.
[13] Yandi Asmana, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Persero Tbk, Di Jakarta Selatan," *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 81–92, https://jurnal.stieganesha.ac.id/index.php/ekmabis/article/view/54.

		Selatan		dan signifikan oleh keamanan sistem tersebut. Kinerja karyawan di PT. Bank Mandiri Persero TBK dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh fasilitas yang mendukung sistem informasi akuntansi.
11	Damayanti dkk, 2024 [14]	Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM yang Dimediasi oleh *Financial Technology*	Kuantitatif PLS-SEM	Temuan studi menunjukkan bahwa sementara Gerbang Pembayaran Berbasis Fintech memengaruhi kinerja UKM secara signifikan, pemasaran digital dan literasi keuangan memiliki dampak positif dan substansial pada Gerbang Pembayaran Berbasis Fintech.
12	Mustika & Angreni, 2024[15]	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Pada PT. POS Indonesia (Persero) Bandung 40000	Kuantitatif	Temuan studi ini menunjukkan dampak substansial yang dimiliki pemasaran digital—yang mencakup dimensi transaksi, pemrograman interaktif, desain situs, dan interaksi—terhadap reputasi perusahaan. Menurut nilai koefisien determinasi (R2), variabel pemasaran digital mencakup 82,8% varians dalam citra perusahaan, dengan faktor lain

[14] Damayanti et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Yang Dimediasi Oleh Financial Technology," *Bulletin of Community Engagement* 4, no. 1 (2024): 112–23, https://attractivejournal.com/index.php/bce/.

[15] Perwito Mustika, Sinta Welly Angreni and Welly Angreni, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt.Pos Indonesia (Persero) Bandung 40000," *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 5, no. 2 (2021): 1543–53.

				memengaruhi porsi sisanya. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pemasaran digital meningkatkan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas dan kepercayaan konsumen.
13	Indahsari dkk, 2023[16]	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi *dan E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM di wilayah Banyuwangi	Kuantitatif (analisis regresi linear berganda), SPSS versi 22	Menurut penelitian ini, e-commerce dan sistem informasi akuntansi memengaruhi kinerja UMKM secara signifikan dan parsial. Menurut koefisien regresi, kinerja UMKM yang ditentukan oleh metrik seperti laba, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional dipengaruhi secara positif oleh peningkatan penggunaan sistem informasi akuntansi dan e-commerce. Penelitian ini menyoroti betapa pentingnya menerapkan teknik pemasaran digital dan teknologi informasi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing UMKM di era digital.
14	Padli, 2022[17]	Pengaruh Digital Marketing	Kuantitatif SPSS dan	Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital secara

[16] Wulan Nur Indahsari, Moh Halim, and Rendy Mirwan Aspirandy, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Wilayah Banyuwangi," *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)* 9, no. 1 (2023): 80–89, https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.949.
[17] Padli, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Ambon," *Jurnal Hipotesa* 16, no. 2 (2022): 21–35.

		Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Ambon	SEM	signifikan dan positif memengaruhi keunggulan kompetitif, bahwa pemasaran digital secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM, bahwa keunggulan kompetitif secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM, dan bahwa pemasaran digital meningkatkan kinerja UMKM dengan memanfaatkan keunggulan kompetitif.
15	Ulyasari dkk, 2023[18]	Pengaruh E-commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Terhadap Kinerja UMKM Sektor Publik	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor industri di Kabupaten Sungailiat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh sistem informasi akuntansi dan e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki kontribusi sebesar 37,2% terhadap variasi kinerja UMKM, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Sistem informasi akuntansi dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan, sedangkan penerapan e-commerce membantu UMKM dalam mengembangkan pasar dan

[18] Oniela Ramadhana Ulyasari et al., "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri," *Jurnal Ilmiah Global Education* 4, no. 2 (2023): 799–808, https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.642.

	penjualan.

Sumber: Penelitian Terdahulu

Dari hasil beberapa penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa penggunaan teknik pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi justru membantu meningkatkan kinerja pelaku usaha. Sistem informasi akuntansi memfasilitasi pengelolaan data keuangan yang lebih terorganisir dan efektif, yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Di sisi lain, pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha untuk terlibat dan menjangkau pasar secara lebih luas, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan dan loyalitas pelanggan.. Kombinasi kedua aspek ini menciptakan sinergi yang kuat dalam menghadapi tantangan bisnis di era digital. Namun demikian, optimalisasi pemanfaatan teknologi ini tetap memerlukan dukungan dalam bentuk pelatihan, peningkatan literasi digital, serta akses terhadap infrastruktur yang memadai agar hasil yang dicapai dapat lebih maksimal dan merata.

1.1 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketin Terhadap Kinerja Usaha

Artikel ini mengkaji secara mendalam pengaruh sistem informasi akuntansi dan digital marketing terhadap kinerja usaha melalui pendekatan studi literatur review. Dalam era digital yang semakin berkembang, pemahaman tentang bagaimana kedua variabel ini saling berinteraksi dan berkontribusi dalam meningkatkan kinerja usaha menjadi sangat penting. Selain meneliti bagaimana taktik pemasaran digital dapat meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan hubungan dengan konsumen, studi ini akan meneliti bagaimana sistem informasi akuntansi berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas operasional dan akurasi pelaporan keuangan. Esai ini berupaya menggambarkan pentingnya dan urgensi penerapan pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi dalam lingkungan perusahaan saat ini, di mana persaingan semakin ketat dan permintaan pelanggan meningkat, dengan menawarkan wawasan menyeluruh ke dalam kedua bidang tersebut.

Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan, menurut temuan studi literatur. Penelitian oleh[19] menunjukkan bagaimana penerapan sistem informasi akuntansi yang berkualitas dapat meningkatkan efektivitas operasional dan keakuratan laporan keuangan, yang keduanya mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih baik. Hasil ini konsisten dengan temuan.[20] Hal ini

[19] Indahsari, Halim, and Aspirandy, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Wilayah Banyuwangi."

[20] Ulansari, Wibisono, and Wildaniyati, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Kualitas Sumber Daya Manusia , Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan , Dan Pemanfaatan E - Commerce Terhadap Kinerja Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM)."

membuktikan fakta bahwa perusahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dengan mengelola data keuangan secara lebih baik dengan bantuan sistem informasi akuntansi yang terintegrasi. Akan tetapi, pemasaran digital juga terbukti dapat meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan.. Penelitian oleh[21] menunjukkan bagaimana penggunaan teknik pemasaran digital, termasuk media sosial dan e-commerce, dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian [22] yang mencatat bahwa digital marketing memungkinkan usaha untuk menjangkau konsumen dengan lebih efisien dan efektif, sehingga meningkatkan penjualan dan profitabilitas.

Namun, terdapat juga penelitian yang menunjukkan bahwa tidak semua usaha mampu memanfaatkan sistem informasi akuntansi dan digital marketing secara optimal. Beberapa studi, seperti yang dilakukan oleh[23] menemukan bahwa masih banyak pelaku usaha yang kurang memahami teknologi dan strategi pemasaran digital, sehingga menghambat kinerja mereka. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh sistem informasi akuntansi dan digital marketing dengan kemampuan pelaku usaha dalam menerapkannya. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa baik sistem informasi akuntansi maupun digital marketing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja usaha. Namun, untuk mencapai hasil yang optimal, pelaku usaha perlu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam menggunakan kedua alat ini. Peningkatan literasi digital dan akuntansi di kalangan pelaku usaha sangat penting untuk memastikan bahwa mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif

1.2 Peran Sistem Informasi Akuntansi Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha

Berdasarkan hasil diatas, terdapat konsistensi dalam temuan bahwa sistem informasi akuntansi dan digital marketing berkontribusi positif terhadap kinerja usaha. Penelitian seperti yang dilakukan oleh[24] dan [25] menunjukkan bagaimana penerapan sistem informasi akuntansi yang berkualitas dapat meningkatkan akurasi dan efisiensi manajemen keuangan, yang akan menguntungkan kinerja

[21] Gunawan and Suandana, "Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja UKM (Studi Pada UKM Di Kabupaten Buleleng Bali)."
[22] M. Syamsul Hidayat, Eny Setyariningsih, "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Perusahaan: Review Literatur Sistematik."
[23] Ulyasari et al., "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri."
[24] Indahsari, Halim, and Aspirandy, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Wilayah Banyuwangi."
[25] Ulansari, Wibisono, and Wildaniyati, "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Kualitas Sumber Daya Manusia , Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan , Dan Pemanfaatan E - Commerce Terhadap Kinerja Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM)."

perusahaan. Selain itu, menurut umpan balik konsumen, pemasaran digital telah berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keterlibatan klien. [26]. Namun, terdapat tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan kedua variabel ini. Penelitian oleh [27]menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam teknologi digital dapat menghambat penerapan strategi digital marketing yang efektif. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh sistem informasi akuntansi dan digital marketing dengan kemampuan pelaku usaha dalam menerapkannya.

Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan literasi digital dan akuntansi mereka. Peningkatan pemahaman tentang sistem informasi akuntansi dan strategi digital marketing akan membantu mereka dalam mengambil keputusan yang lebih baik dan meningkatkan kinerja usaha. Dalam konteks ini, dukungan dari pemerintah dan lembaga pendidikan juga sangat diperlukan untuk memberikan pelatihan dan sumber daya yang dibutuhkan oleh pelaku usaha. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara sistem informasi akuntansi dan digital marketing dalam meningkatkan kinerja usaha. Upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha dalam kedua aspek ini akan berkontribusi pada keberhasilan mereka dalam menghadapi tantangan di era digital saat ini.

Penutup

Berdasarkan penelitian literatur yang dilakukan, pemasaran digital dan sistem informasi akuntansi berperan besar dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Berdasarkan sebagian besar penelitian yang dikaji, penerapan sistem informasi akuntansi yang efisien dapat meningkatkan akurasi laporan keuangan dan efisiensi operasional, yang keduanya membantu dalam pengambilan keputusan. Lebih jauh, telah dibuktikan bahwa pemasaran digital dapat memperluas pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen, yang keduanya meningkatkan penjualan dan profitabilitas perusahaan.. Meskipun demikian, terdapat tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan kedua variabel ini secara optimal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam teknologi digital dapat menghambat penerapan strategi digital marketing yang efektif. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital dan akuntansi di kalangan pelaku usaha agar mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Meskipun demikian,

[26] Gunawan and Suandana, "Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja UKM (Studi Pada UKM Di Kabupaten Buleleng Bali)."
[27] Ulyasari et al., "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri."

terdapat tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memanfaatkan kedua variabel ini secara optimal. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam teknologi digital dapat menghambat penerapan strategi digital marketing yang efektif. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya peningkatan literasi digital dan akuntansi di kalangan pelaku usaha agar mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Saran

Melalui temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, disarankan kepada berbagai pihak untuk mulai memberikan perhatian lebih terhadap pentingnya penguasaan teknologi dalam dunia usaha. Perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi motor penggerak dalam menyiapkan generasi muda yang tidak hanya menguasai teori, tetapi juga mampu menerapkan sistem informasi akuntansi dan strategi digital marketing secara langsung dalam dunia bisnis. Bagi pelaku usaha, khususnya yang masih belum akrab dengan teknologi, perlu adanya upaya untuk lebih terbuka terhadap pemanfaatan sistem digital sebagai bagian dari pengembangan usaha mereka. Hal ini dapat dimulai dari langkah sederhana, seperti mengikuti pela tihan atau menjalin kerja sama dengan mahasiswa dan akademisi. Masyarakat juga memegang peran penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan usaha berbasis teknologi, baik melalui dukungan moral maupun keterlibatan aktif dalam kegiatan ekonomi digital. Selain itu, pelaksanaan *Seminar NCR-PRO SINESIA 2025* diharapkan tidak hanya menjadi ajang berbagi pengetahuan, tetapi juga mendorong kolaborasi nyata antara akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat luas untuk menciptakan ekosistem usaha yang lebih modern, adaptif, dan berkelanjutan

Ucapan Terimakasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, inspirasi, dan kritik yang mendalam selama penulisan karya ini. Saran-sarannya tidak hanya menyempurnakan substansi tulisan tetapi juga mengilhami penyelesaian studi secara menyeluruh. Selain itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada para pelaku usaha yang telah bersedia berpartisipasi dalam studi ini. dengan memberikan data, wawasan, dan pengalaman langsung yang sangat berarti. Dukungan dari mereka menjadi fondasi penting dalam menghasilkan kajian yang relevan dan aplikatif. Tak lupa, penulis juga berterima kasih kepada panitia *Seminar Nasional NCR-PRO SINESIA 2025* yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk membagikan hasil penelitian ini dalam forum ilmiah yang inspiratif. Semoga seluruh pihak yang terlibat senantiasa diberikan kemudahan dan keberkahan dalam setiap langkah, dan semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia akademik maupun praktik kewirausahaan ke depannya.

Daftar Pustaka

Aflagaly, Danar, and Dewi Kusumowati. "Pengaruh E-Wallet Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan UMKM" 7, no. 1 (2025): 36–43.

Arsyad, Muh Rifai, Andi Nurwanah, and Muhammad Nur. "Pengaruh Transformasi Sistem Pencatatan Keuangan Dan Diigital Marketing Dengan Financial Technology Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Profitabilitas UKM Kota Makassar." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban* 9, no. 2 (2023): 342–55. https://doi.org/10.24252/jiap.v9i2.43398.

Asmana, Yandi. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Persero Tbk, Di Jakarta Selatan." *Jurnal Mahasiswa Manajemen Dan Akuntansi* 1, no. 2 (2022): 81–92. https://jurnal.stieganesha.ac.id/index.php/ekmabis/article/view/54.

Damayanti, May Roni, Mediya Destalia, and Ghia Subagja. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Yang Dimediasi Oleh Financial Technology." *Bulletin of Community Engagement* 4, no. 1 (2024): 112–23. https://attractivejournal.com/index.php/bce/.

Elim, Yuan Valentino, Mariano Nugraha, Zulkifly Umar, and Aprianus Ronny Modena. "Dampak Digital Marketing Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Kupang Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 17, no. 1 (2024): 97–110.

Febriyani, Aldo Anggit, and Fitra Dharma. "Pengaruh Penerapan Aplikasi Sia, Digital Marketing & E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Umkm Kota Bandar Lampung." *Akuntansi Dewantara* 8, no. 1 (2024): 404–16. https://doi.org/10.30738/ad.v8i1.17182.

Fitri, Fitri, and Rizky Ariesty Fachrysa Halik. "Peran Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Yang Berkelanjutan Pada Usaha Mikro Dan Kecil Agribisnis Di Polewali Mandar." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* 12, no. 3 (2023): 556–63. https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832.

Gunawan, Ketut, and Nyoman Suandana. "Analisis Pengaruh Pengalaman Usaha, Digital Marketing, Dan Akses Permodalan Terhadap Kinerja UKM (Studi Pada

UKM Di Kabupaten Buleleng Bali)." *Widya Amerta* 11, no. 1 (2024): 129–51.

Indahsari, Wulan Nur, Moh Halim, and Rendy Mirwan Aspirandy. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Di Wilayah Banyuwangi." *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)* 9, no. 1 (2023): 80–89. https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.949.

M. Syamsul Hidayat, Eny Setyariningsih, Budi Utami. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Perusahaan: Review Literatur Sistematik." *Cakrawala Informasi* 1, no. 1 (2024): 1–14.

Mustika, Sinta Welly Angreni, Perwito, and Welly Angreni. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Citra Perusahaan Pada Pt.Pos Indonesia (Persero) Bandung 40000." *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 5, no. 2 (2021): 1543–53.

Mustofa, Alifiah Wulansari, and Sri Trisnaningsih. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pelaku UMKM." *Jurnal Akuntansi Profesi* 12, no. 1 (2021): 30. https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.32784.

OJK. "Ojk 2022," 2022, 59–90. www.ojk.go.id.

Padli. "Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Ambon." *Jurnal Hipotesa* 16, no. 2 (2022): 21–35.

Putri, Habsiah Ramadhani, and Sri Trisnaningsih. "Analysis of Determinants of Interest in Using Financial Technology : A Literature Study" 2, no. April (2025): 89–94.

Ulansari, Vanda Tri, Nurharibnu Wibisono, and Arini Wildaniyati. "Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi , Kualitas Sumber Daya Manusia , Kemampuan Menyusun Laporan Keuangan , Dan Pemanfaatan E - Commerce Terhadap Kinerja Usaha Mikro , Kecil , Dan Menengah (UMKM)" 13, no. September (2024): 418–28.

Ulyasari, Oniela Ramadhana, Duwi Agustina, Rulyanti Susi Wardhani, and Athur Waga Ilhamsyah. "Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri." *Jurnal*

Ilmiah Global Education 4, no. 2 (2023): 799–808. https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.642.

Biografi Singkat Penulis



Penulis Bernama Gabrena Septi Aulia mahasiswa S1-Akuntansi, Universitas Pembagunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya



Penulis Bernama Prof. Dr. Sri Trisnaningsih, M.Si, CFrA yang merupakan Guru Besar Prodi Akuntansi di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya