

**PENGARUH PENCATATAN AKUNTANSI DAN DIGITAL MARKETING
DENGAN MEDIASI KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENINGKATAN LABA PADA IKM JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Denovit Gustian Fasha
NIM: 205105030018

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2024**

**PENGARUH PENCATATAN AKUNTANSI DAN DIGITAL MARKETING
DENGAN MEDIASI KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENINGKATAN LABA PADA IKM JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R**

Disetujui Pembimbing



Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA
NIP.198809232019032003

**PENGARUH PENCATATAN AKUNTANSI DAN DIGITAL MARKETING
DENGAN MEDIASI KINERJA KEUANGAN TERHADAP
PENINGKATAN LABA PADA IKM JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar S. Akun
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Selasa

Tanggal: 4 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Nadia Azalia Putri, M.M.
NIP. 199403042019032019


Muzayyin, M.E.
NIP. 197808142023211011

Anggota:

1. Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si. ()

2. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA. ()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ ذَٰلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ
تَأْوِيلًا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.” (Al Israa’35).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Lajnah Pentashihah Mushaf Al-Quran (LPMQ), “Al-Quran Kemenag”, (Jakarta: Abdul Basid Mujawah, 2019), 285.

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan serta do'a dari orang-orang tercinta, yaitu keluarga yang selalu memberikan support kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Selain itu skripsi ini penulis persembahkan untuk diri sendiri yang telah menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Agus Hendrawan dan Ibu Anis Purweni, selaku orang tua peneliti beserta kakak ku dan istrinya (Raka Malik Azid dan Frinda Dewi Pertiwi), dan adik kecilku (Nanda Nisa Fitriani), terima kasih atas do'a dan dukungan yang telah diberikan baik materiil selama studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020, terima kasih telah melewati hari-hari bersama khususnya untuk teman-teman ku Caca, Vadia, Rois, Elmis, Nadia dan A'yun yang telah bersama-sama mulai dari kuliah online hingga saat ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata'ala karena rahmat dan karunia-Nya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pencatatan Akuntansi dan Digital Marketing Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba Pada IKM Jember”** sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat peneliti selesaikan dengan lancar.

Banyak pihak yang memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terima kasih karena telah menyediakan fasilitas dan pelayanan selama peneliti menempuh studi.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan segala fasilitas atas kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Dr.Nur Ika Mauliyah, M.Ak., selaku Ketua Program Studi Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, terima kasih atas segala fasilitas dan pelayanan selama peneliti menempuh studi.

5. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA., selaku Dosen Pembimbing skripsi peneliti, terima kasih atas pemberian motivasi, kemudahan serta saran kepada peneliti selama masa studi dan penyelesaian skripsi.
6. H. Ahmad Muzayyin, S.E.I, M.E. selaku Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran serta masukannya selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember selaku instansi tempat penelitian yang telah memberikan data IKM Kabupaten Jember.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka dalam menerima kritik dalam membenahan skripsi ini. Semoga amal baik yang telah bapak/ibu/i berikan kepada peneliti mendapat balasan yang baik dari Allah Subhanahu Wata'ala.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 01 April 2024

Penulis

Denovit Gustian Fasha
NIM. 205105030018

ABSTRAK

Denovit Gustian Fasha, 2024 : *Pengaruh Pencatatan Akuntansi dan Digital Marketing Dengan mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba Pada IKM Jember.*

Kata Kunci: Laba, Pencatatan Akuntansi, *Digital Marketing*, Kinerja Keuangan

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan industri yang memproduksi barang-barang yang dijual oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Adapun kegiatan yang dilakukan oleh IKM mulai dari produksi barang sampai dengan pemasaran. Mulai dari melakukan pencatatan akuntansi dengan benar, melakukan pemasaran baik *digital* maupun tidak dan kinerja keuangan sebagai evaluasi bagi IKM dalam mengambil keputusan pada usahanya.

Rumusan masalah pada penelitian ini 1) apakah ada pengaruh pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba?, 2) apakah ada pengaruh digital marketing terhadap peningkatan laba?, 3) apakah ada pengaruh kinerja keuangan terhadap peningkatan laba?, 4) apakah ada pengaruh pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba melalui kinerja keuangan?, 5) apakah ada pengaruh digital marketing terhadap peningkatan laba melalui kinerja keuangan?.

Tujuan penelitian ini yakni 1) untuk mengetahui pengaruh pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba, 2) untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap peningkatan laba, 3) untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan terhadap peningkatan laba, 4) untuk mengetahui pengaruh pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba melalui kinerja keuangan, 5) untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap peningkatan laba melalui kinerja keuangan.

Adapun metode penelitian yang digunakan pada penelitian yakni menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory reseach (bertujuan untuk mengetahui hasil hubungan yang dihipotesiskan). Alat analisis yang digunakan smart PLS 3 dengan sampel 72 IKM yang terdaftar pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember.

Terdapat hasil penelitian yang dilakukan pada judul pencatatan akuntansi dan *digital marketing* dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba pada IKM kabupaten jember yakni 1) pengaruh langsung pencatatan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan laba, 2) pengaruh langsung antara *digital marketing* dengan peningkatan laba mempunyai pengaruh positif dan signifikan, 3) pengaruh langsung antara kinerja keuangan terhadap peningkatan laba terdapat pengaruh positif yang signifikan, 4) secara tidak langsung keterlibatan pencatatan akuntansi dengan dimediasi kinerja keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan laba, 5) secara tidak langsung *digital marketing* dengan dimediasi kinerja keuangan memiliki dampak signifikan atas peningkatan laba.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAM JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1. Variabel Penelitian.....	8
2. Indikator Penelitian.....	9
F. Definisi Operasional.....	10
G. Asumsi Penelitian.....	12
H. Hipotesis.....	13

I. Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	20
A. Peneliti Terdahulu	20
B. Kajian Teori	36
1. Pengertian IKM.....	36
2. Peningkatan Laba.....	38
3. Pencatatan Akuntansi.....	40
4. <i>Digital Marketing</i>	45
5. Kinerja Keuangan.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	54
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	54
B. Populasi dan Sampel	55
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	56
D. Analisis Data	62
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	66
A. Gambaran Objek Penelitian.....	66
B. Analisis Dan Pegujian Hipotesis.....	70
C. Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP	83
A. Simpulan	83
B. Saran-Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85

Lampiran-Lampiran

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Formulir Pengumpulan Data
4. Foto Penyebaran Kuesioner
5. Hasil Olah Data SmartPLS
6. Surat Keterangan Izin Penelitian
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian
8. Jurnal Penelitian
9. Biodata Penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR TABEL

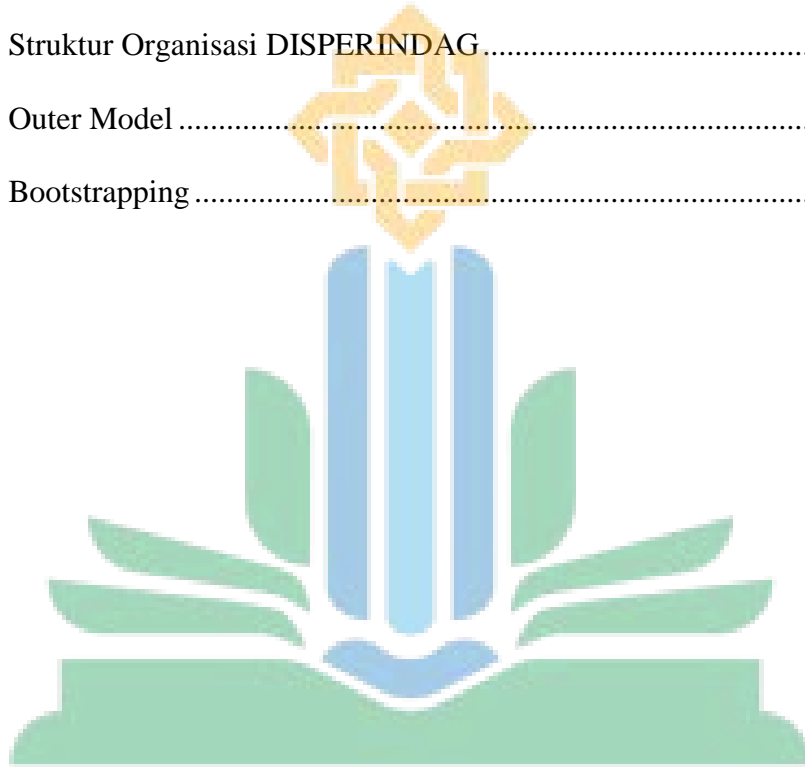
No. Uraian	Hal
1.1 Indikator Penelitian.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	33
3.1 Skor Validitas Instrumen Penelitian	58
3.2 Definisi dan Instrumen Penelitian.....	58
4.1 Loading Factor	71
4.2 Average Variance Extracted (AVE).....	72
4.3 Cronbach Alpha dan Composite Reliability	73
4.4 R Square.....	73
4.5 Path Coefficients/ Pengaruh Langsung.....	75
4.6 Indirect Effect/ Pengaruh Tidak Langsung	75



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

No. Uraian	Hal
1.1 Laju Pertumbuhan Industri Manufaktur.....	1
1.2 Kerangka Konseptual.....	13
4.1 Struktur Organisasi DISPERINDAG.....	66
4.2 Outer Model.....	70
4.3 Bootstrapping.....	74



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

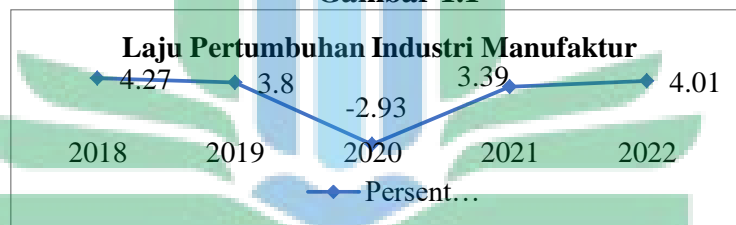
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan industri yang memproduksi barang-barang yang dijual oleh Usaha Kecil Menengah (UKM). Tentunya IKM sangat berkaitan dengan UKM dan merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, karena setiap produk yang dihasilkan oleh IKM akan dijual kembali oleh UKM kepada masyarakat.¹ IKM juga memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari tahun 2022, dimana sektor industri manufaktur tumbuh sebesar 4,33%.

Gambar 1.1



Sumber: Machine Vision Indonesia

Pertumbuhan industri manufaktur jika dilihat pada tahun 2020 sempat mengalami penurunan di angka -2,93% dikarenakan pandemi yang melanda secara global. Namun industri ini menunjukkan bahwa mereka dapat pulih lebih cepat, dengan membuktikan di tahun 2021 pertumbuhan industri mencapai 3,39%.

Dilihat dari data BPS, untuk sementara di kuartal II 2022 pertumbuhan industri manufaktur berada di angka 4,01% lebih kecil dibanding kuartal sebelumnya yaitu 5,07%. Selain laju pertumbuhan positif, industri ini merupakan salah satu industri yang kontributif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, dimana pada triwulan

¹ Muhammad Fadil, 'Pengertian IKM', *Klik Pajak*, November 24, 2020, <https://klikpajak.id/blog/mengenal-ikm/>.

II 2022 industri ini memberikan kontribusi sebesar 17,33%.² Akan tetapi masih banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi oleh IKM dalam rangka mengembangkan usahanya seperti manajemen keuangan, keterbatasan modal, pemasaran dan juga legalitas usaha.³

Menurut Rendra Wirawan selaku ketua UKM IKM Nusantara Jember mengatakan bahwa berdasarkan survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Jatim, jumlah IKM kabupaten jember mencapai 647.416 dan jumlah tersebut merupakan jumlah terbesar se Jatim.⁴ Sejalan dengan jumlah IKM yang dimiliki menurut data BPS tahun 2021 Kabupaten Jember juga memiliki nilai produksi yang tinggi yakni 3,463,487,136 dibandingkan dengan nilai produksi Kabupaten Banyuwangi dan Kabupaten Lumajang.⁵

Dalam hal ini juga berkaitan dengan yang apa dialami IKM jember yakni dengan permasalahan yang dihadapi mengenai penetapan harga yang dapat bersaing di pasaran, alat produksi, promosi dan modal.⁶ Dekranasda (Dewan Kerajinan Nasional Daerah) Jember juga berupaya agar produk kerajinan hasil IKM tetap bisa dipasarkan secara baik. Salah satu upaya dalam mengatasi

² Machine Vision Indonesia, 'Laju Pertumbuhan Industri Manufaktur', *Machinevision*, November, 2022, <https://www.machinevision.global/post/laju-pertumbuhan-industri-manufaktur>.

³ TubasMedia, 'Beragam Tantangan Dan Permasalahan Yang Dihadapi IKM Mengembangkan Usaha', *Tubas Media.Com*, November, 2022, <https://www.tubasmedia.com/beragam-tantangan-dan-permasalahan-yang-dihadapi-ikm-menembangkan-usaha/?amp-1>.

⁴ Radarjember.id, 'Diperlukan Data Base UKM', *Radarjember.Jawapos.Com*, April 18, 2021 <https://radarjember.jawapos.com/ekonomi-bisnis/791102914/diperlukan-data-base-ukm>.

⁵ Badan Pusat Statistik, 'BPS Provinsi Jawa Timur', *Jatim.Bps.Go.Id*, Juni 09, 2021, <https://jatim.bps.go.id/statictable/2021/06/09/2156/jumlah-perusahaan-tenaga-kerja-investasi-dan-nilai-produksi-pada-industri-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2019-html>.

⁶ Dody Bayu Prasetyo, 'Deskranda Jember Dorong Produk UMK-IKM Berdaya Jual Tinggi', *Timesindonesia.Co.Id*, Agustus 21, 2020, <https://timesindonesia.co.id/ekonomi/292121/deskranda-jember-dorong-produk-umkikm-berdaya-jual-tinggi>.

permasalahan pada IKM jember dalam menetapkan harga di pasaran yakni melakukan pencatatan akuntansi secara benar. Dengan menggunakan praktik akuntansi yang tepat, IKM dapat mengelola keuangannya secara praktis dan efisien serta menyajikan data keuangan yang diperlukan untuk mengelola bisnis. Hal tersebut juga dapat membantu IKM dalam melihat pertumbuhan laba usahanya. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Reza dkk mengungkapkan bahwa pencatatan akuntansi pada suatu usaha sangat diperlukan karena memiliki peran penting untuk mencapai keberhasilan suatu usaha, yang dapat menjadi dasar yang handal bagi pengambilan keputusan ekonomis dalam pengelolaan usaha.⁷ Menurut Margani ketidak mampuan pelaku industri untuk memahami, menerapkan dan mencatat akuntansi secara akurat dan disiplin dengan pembukuan yang sistematis dan runtut merupakan kelemahan terbesar bagi pelaku usaha. Mayoritas pelaku usaha menganggap sulit untuk memanfaatkan informasi akuntansi.⁸

Permasalahan lain yang dihadapi oleh IKM Jember selain pencatatan akuntansi ada pula permasalahan dalam promosi. Di era serba digital seperti saat ini perluasan area pemasaran dapat dijangkau dengan mudah melalui *Digital Marketing*. *Digital Marketing* merupakan segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media *digital* dengan tujuan dapat berkomunikasi dengan

⁷ Muhammad and others, 'Implementasi Sak-Etap Pada Umkm Warkop Di Kota Makassar', *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 3.2 (2018), 10 <http://jurnal.untidar.ac.id/index.php/RAK>.

⁸ Margani Pinasti, 'Pengaruh Penyelenggaraan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2007), 2-3.

calon konsumen dengan saluran komunikasi online. Media sosial memberikan pelanggan akses informasi kapanpun dan dimanapun pelanggan berada, hal ini menciptakan potensi bagi IKM untuk memperluas jangkauan pasar.⁹ Dengan mendorong para IKM untuk melakukan inovasi digital. Seperti pemasaran dengan memanfaatkan platform online, maka diharapkan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas, hal tersebut juga sebagai upaya dalam peningkatan laba IKM. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Marjulin *dkk* menunjukkan *Digital Marketing* mempengaruhi kemampuan UMKM untuk meningkatkan Laba.¹⁰ Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Krisnawati *dkk* dengan melakukan *digital marketing* laba terbukti mengalami penurunan.¹¹ Oleh karena itu hal tersebut harus dibuktikan kembali apakah *digital marketing* dapat memberikan dampak positif bagi IKM Jember.

Dengan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh IKM Jember dengan upaya peningkatan laba pada usahanya IKM dapat melihat kinerja keuangan untuk mengidentifikasi apakah strategi perusahaan, implementasi strategi dan segala inisiatif perusahaan dapat memperbaiki laba perusahaan. Pengukuran kinerja mencerminkan pengukuran hasil atas keputusan strategis, operasi dan pembiayaan dalam suatu perusahaan.¹² Kinerja keuangan sangat dibutuhkan oleh perusahaan

⁹ Andi Gunawan Chakti, *The Book Of Digital Marketing* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019) 11.

¹⁰ M Marjulin and others, 'Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Aceh', *Prosiding Seminar ...*, 6.1 (2022), 6.

¹¹ Indah Krisnawati and others, 'Strategi Digital Marketing Dalam Perdagangan Hasil Tani Untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10.2 (2019), 74.

¹² Raudatul Djannah and Triyonowati, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Food and Beverages', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.7 (2017), 6.

untuk mengetahui dan mengevaluasi sampai mana tingkat keberhasilan perusahaan berdasarkan aktivitas keuangan yang telah dilaksanakan. Hal tersebut juga dapat dikatakan sebagai upaya dalam meningkatkan laba. Berdasarkan penelitian sebelumnya menurut Raudatul menunjukkan bahwa kinerja keuangan memiliki dampak positif bagi pertumbuhan laba pada perusahaan.¹³ Sedangkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zhanalia, *dkk* menyatakan bahwa permodalan dalam kinerja keuangan memiliki pengaruh yang negatif terhadap pertumbuhan laba. Oleh karena itu harus buktikan kembali apakah dalam IKM kinerja memiliki pengaruh positif atau negatif dalam peningkatan laba.¹⁴

Pertumbuhan laba adalah tujuan utama dari perusahaan. Laba perusahaan akan berdampak pada operasional perusahaan. Pertumbuhan laba adalah kenaikan laba bersih yang dihasilkan perusahaan dalam satu tahun sehingga dapat menggambarkan hasil kinerja keuangan perusahaan dalam mengelola harta yang dimiliki.¹⁵ Peningkatan dan pertumbuhan laba IKM menunjukkan seberapa baik kinerja perusahaan. Oleh karena itu, laba berfungsi sebagai barometer seberapa baik kinerja IKM, semakin besar laba yang didapat IKM, maka mengidentifikasi semakin sukses keberhasilan IKM tersebut.

Dengan adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya dan permasalahan yang dihadapi oleh IKM Jember mengenai pelaporan keuangan dan

¹³ Djannah and Triyonowati, 15.

¹⁴ Zhanalia Fitrianisa, Siti Hidayati, and Sugianto Sugianto, 'Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2.1 (2021), 14.

¹⁵ Eri Maryati and dll, 'Pengaruh Debt To Equiti Ratio Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba (Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)', *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, VOL.2, NO.1 (2022), 24.

promosi mendorong penulis melakukan penelitian dengan mengungkapkan “Pengaruh Penerapan Pencatatan Akuntansi Dan *Digital Marketing* Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba Pada IKM”. Alasan menambahkan variabel kinerja keuangan sebagai variabel mediasi diharapkan dapat memberikan pengaruh yang signifikan secara tidak langsung terhadap variabel-variabel yang digunakan oleh penulis.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Ada Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba?
2. Apakah Ada Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba?
3. Apakah Ada Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba?
4. Apakah Ada Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan?
5. Apakah Ada Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan tentang pengaruh pencatatan akuntansi dan *digital marketing* dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan dijadikan referensi dalam penelitian selanjutnya, khususnya apa yang berkaitan dengan peningkatan laba.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengembangkan pengetahuan serta wawasan sebagai sarana untuk mengetahui secara luas tentang teori dan dapat mengembangkan suatu pemikiran kritis, serta dapat menambah wawasan yang lebih luas tentang pengaruh pencatatan akuntansi dan *digital marketing* dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba.

b. Bagi perusahaan atau IKM

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai masukan untuk perusahaan atau IKM dalam pencatatan akuntansi dengan benar dan melakukan *digital marketing* secara konsisten dalam usahanya serta melakukan perhitungan pada kinerja keuangan sebagai evaluasi kegiatan operasional usaha sebagai upaya peningkata laba usaha.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁶ Yang menjadi variabel dalam penelitian ini:

a. Variabel independen (variabel bebas).

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah pencatatan akuntansi (X1) dan *digital marketing* (X2).

b. Variabel dependen (variabel terikat).

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁷ Sedangkan yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini adalah peningkatan laba (Y).

¹⁶ D. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2013) 38.

¹⁷ Sugiyono, 39.

c. Variabel mediasi (intervening)

Variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung.¹⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel mediasi adalah kinerja keuangan (Z).

2. Indikator Penelitian

Indikator variabel adalah variabel-variabel yang dapat menunjukkan ataupun mengindikasikan kepada penggunaannya tentang kondisi tertentu, sehingga dapat digunakan untuk mengukur perubahan yang terjadi. Adapun indikator dalam penelitian ini adalah:

Tabel 1.1
Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Pencatatan Akuntansi	a. Bukti Transaksi b. Jurnal c. Buku Besar d. Lap. Posisi Keuangan e. Lap. Laba Rugi (CALK)	Ayu & Laylan, 2023
Digital Marketing	a. <i>Accessibility</i> b. <i>Interactivity</i> c. <i>Entertainment</i> d. <i>Credibility</i> e. <i>Informativeness</i>	Eunike & Reitty, 2022
Kinerja Keuangan	a. Penjualan b. Pembelian c. Biaya Produksi d. Arus Kas e. Analisis Antara Anggaran dan Realisasi Biaya	Devani & Vega, 2022
Peningkatan Laba	a. Modal b. Penjualan c. Jam Kerja d. Jumlah Tenaga Kerja e. Keuntungan	Ayu & Laylan, 2023

Sumber: Data diolah

¹⁸ Ngatono, *Analisis Data Variabel Mediasi Dan Moderasi* (Yogyakarta: CV. Farisma Indonesia, 2015) 5.

F. Definisi Operasional

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel *intervening* (mediasi) dimana yang menjadi variabel bebas adalah pencatatan akuntansi, *digital marketing*, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah peningkatan laba dan yang menjadi variabel *intervening* adalah kinerja keuangan. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Pencatatan Akuntansi (X1)

Pencatatan akuntansi adalah segala aktivitas akuntansi dari pencatatan transaksi, pembukuan, hingga pembuatan output laporan, yang diolah untuk mengetahui situasi performa bisnis.¹⁹ Pencatatan akuntansi diperlukan untuk memudahkan pelaku usaha dalam mengontrol biaya secara akurat sampai dengan menghitung laba dan rugi suatu bisnis.

2. *Digital Marketing* (X2)

Digital marketing merupakan suatu cara inovatif yang menggunakan database dan menjangkau konsumen secara individu, hemat biaya dan lebih tepat waktu. *Digital marketing* menurut Coviello, Milley And Marcolin adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.²⁰ Adapun aktifitas online ini guna menjaga *customer relationship* dalam hal tukar gagasan

¹⁹ Mekari, 'Metode Sistem Pencatatan Akuntansi', *Jurnal.Id*, September 13, 2023. <https://www.jurnal.id/id/sistempencatatanakuntansi/#:~:text=Pencatatan akuntansi adalah segala aktivitas,untuk mengetahui situasi performa bisnis.>

²⁰ Abdul Rauf and others, *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi* (Cirebon: Insania, 2021),4.

dan produk dengan tujuan mencapai tujuan produsen dengan konsumen.²¹ Dengan adanya *digital marketing* perusahaan berharap hal tersebut dapat menjadi solusi bagi pelaku usaha agar usaha yang dijalankan dapat dikenal oleh banyak orang. Sejalan dengan permasalahan yang dihadapi oleh IKM Jember yakni mengenai pemasaran, maka dari itu diharapkan dengan adanya *digital marketing* dapat menjadi inovasi terbaru bagi para pelaku usaha.

3. Kinerja Keuangan (Z)

Menurut Martono kinerja keuangan suatu perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak (*stakeholder*) seperti investor, kreditur, analisis, konsultan keuangan, pialang, pemerintah dan pihak manajemen. Kinerja Keuangan adalah suatu kegiatan operasional dan investasi perusahaan dengan meningkatkan peran perantara keuangan, seperti angel investor, investor ventura dan kreditor yang dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan inovasi pasar produk.²² Kinerja keuangan juga gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu yang menyangkut aspek penghimpunan dana.²³ Dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja keuangan pada suatu perusahaan sangat diperlukan untuk melihat apakah usaha yang sedang dilakukan mengalami

²¹ Hidayatullah. M.F and others, 'Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan TikTok Pada Butik Dot.Id', *Human Falah*, September, 2022, 8–31.

²² Maria Rio Rita and Mohamad Nur Utomo, 'An Entrepreneurial Finance Study: MSME Performance Based on Entrepreneurial and Financial Dimensions', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23.2 (2019), 218.

²³ Ana Pratiwi and Fitriatul Muqmiroh, 'PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI INDONESIA', 2.September 2022 (2020).

peningkatan pada laba atau tidak. Jika terdapat kinerja keuangan yang baik hal tersebut juga dapat menarik para investor untuk menanamkan modal pada usaha yang sedang dijalankan.

4. Peningkatan Laba (Y)

Menurut Nurhadi dalam jurnal Naomi menyatakan bahwa pertumbuhan laba mengindikasikan presentase dari kenaikan laba yang mampu dihasilkan oleh perusahaan dalam bentuk laba bersih. Peningkatan laba adalah suatu kemampuan yang menunjukkan perkembangan laba yang digunakan oleh perusahaan untuk melihat kenaikan atau penurunan laba yang terjadi pada periode waktu tertentu.²⁴ Oleh karena itu laba seringkali dijadikan tujuan utama yang selalu dikejar oleh pelaku usaha. Begitu pentingnya laba sehingga para pelaku usaha menggunakan berbagai cara untuk meningkatkan laba usaha. Hal tersebut sejalan dengan apa yang ingin diketahui oleh penulis yakni mengenai pengaruh pencatatan akuntansi dan *digital marketing* dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba.

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti.

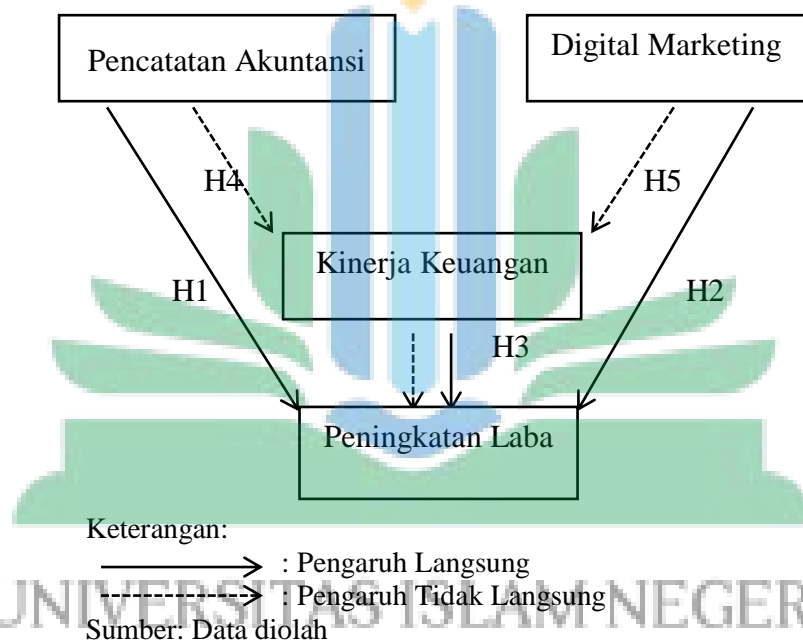
Anggapan dasar harus dirumuskan dengan jelas sebelum peneliti. Anggapan dasar di samping berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang

²⁴ Naomi Febrianti Siringoringo and others, 'Pengaruh Account Receivable Turnover, Debt To Asset Ratio, Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020', *Jurnal Manajemen*, 8.1 (2022), 140.

diteliti juga untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian dan merumuskan hipotesis.²⁵

Asumsi dalam penelitian ini adalah ada pengaruh pencatatan akuntansi (X1) dan *digital marketing* (X2) terhadap peningkatan laba (Y) melalui mediasi kinerja keuangan (Z). Untuk mengetahui pengaruh tersebut dapat dilihat dalam kerangka konseptual berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Konseptual



H. Hipotesis

Menurut Rais menjelaskan bahwasannya penerapan pencatatan akuntansi bagi suatu bisnis sangat dibutuhkan sebab dipergunakan untuk memahami pencatatan serta pelaporan keuangan. Sebab perusahaan yang sehat ialah yang dapat menghasilkan laba yang besar, komponen laporan keuangan seperti

²⁵ Panitia Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2020)41.

penjualan, harga pokok penjualan dan biaya operasional ialah elemen yang mempengaruhi perolehan laba perusahaan.²⁶ Menurut Nyoman ketidak mampuan dan keterbatasan pelaku usaha tentang akuntansi dan pembukuan, rumitnya proses akuntansi yang membuat UMKM menganggap bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting dalam usaha mereka.²⁷ Hal tersebut membuat pelaku usaha kurang mengetahui laba yang telah dihasilkan pada usaha yang sedang dijalankan. Uraian tersebut mengarahkan peneliti untuk membentuk hipotesis pertama:

Ha1: Pencatatan Akuntansi Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Ho1: Pencatatan Akuntansi Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Platform media sosial yang paling populer di Indonesia pada tahun 2023, berlandaskan statistik dari *We Are Social* adalah *Whatsapp* (92,1%), *Instagram* (86,5%), *Facebook* (83,8%), dan juga *Tiktok* (70,8%).²⁸ Menurut Coviello dalam Yuliandhari, dkk *digital marketing* merupakan penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.²⁹ Menurut Rizky

²⁶ Muhammad Rais.R, 'Analisis Sistem Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Baubau', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 2.1 (2019), 60–71.

²⁷ Ni Nyoman Yuliati, Sofiati Wardah, and Baiq Widuri, 'Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 2.2 (2019).

²⁸ Andi Dwi Riyanto, 'Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2023', 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>.

²⁹ R Yuliandhari, P Isyanto, and D Yani, 'Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Twyla Flower Karawang', ... *Manajemen, Bisnis Dan ...*, 2.3 (2023) 228.

transaksi bisnis melalui internet merupakan suatu fenomena bisnis baru. Dari finansial, digital marketing sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha.³⁰

Menurut Marjulin *digital marketing* sebagai upaya pemecahan masalah atau solusi agar pelanggan dengan mudah berinteraksi dengan penjual serta penjual dimudahkan mempromosikan barang atau jasanya kepada calon pelanggan.³¹

Uraian tersebut mengarahkan peneliti untuk membentuk hipotesis kedua:

Ha2: Keterlibatan *Digital Marketing* Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Ho2: Keterlibatan *Digital Marketing* Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Menurut Martono dalam Susanti, dkk kinerja keuangan suatu perusahaan sangat bermanfaat bagi berbagai pihak (*stakeholder*) seperti investor, kreditur, analisis, konsultan keuangan, pialang, pemerintah dan pihak manajemen.³²

Menurut Larissa kinerja keuangan dapat dinyatakan sebagai hasil yang diperoleh atas berbagai aktifitas yang dilakukan dalam sumber keuangan yang tersedia.³³

Menurut Ninta tingkat pertumbuhan laba bisa diketahui dari laporan keuntungan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

³⁰ Rahmat Setiawan, Rizky Arnando Prataman, and Vicky Sanjaya, 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus: Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)', *Jurnal Ekonomak*, 7.3 (2021), 45.

³¹ Marjulin, dkk, B2.

³² Yuli Susanti, Sri Mintarti, and Set Asmapane, 'Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Kualitas Auditor Eksternal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Akuntabel*, 15.1 (2018),4.

³³ Larissa Adella and Maria Rio, 'Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, Dan Kinerja Keuangan: Study Pada Masa Pandemi Covid-19', *Journal of Business and Banking*, 11.1 (2021),76.

dan kerugian dan beberapa laporan keuangan lainnya.³⁴ Uraian tersebut mengarahkan peneliti untuk membentuk hipotesis ketiga:

Ha3: Kinerja Keuangan Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Ho3: Kinerja Keuangan Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Kabupaten Jember.

Menurut Ninuk kinerja keuangan dapat terlihat pada laporan keuangan perusahaan yang divalusi menggunakan analisis laporan keuangan. Laporan keuangan ini dalam artian pencatatan akuntansi yang dilakukan oleh perusahaan pada suatu periode tertentu.³⁵ Menurut Zhanalia kinerja keuangan sangat diperlukan karena beberapa perusahaan contohnya perbankan dituntut memiliki kinerja keuangan yang baik dengan bersaing mendapatkan laba sebesar-besarnya. Dilakukan analisis laporan keuangan yang dihasilkan dari pencatatan akuntansi pada periode tertentu merupakan cara untuk mengukur keberhasilan suatu perusahaan atau bank dalam menghasilkan laba.³⁶ Uraian tersebut mengarahkan peneliti untuk membentuk hipotesis keempat:

Ha4: Pencatatan Akuntansi Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Melalui Kinerja Keuangan.

³⁴ Ninta Katharina and others, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019', *Warta Dharmawangsa*, 15.1 (2021), 129.

³⁵ Ninuk Riesmiyantiningtias and Ade Onny Siagian, 'Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Pt. Midi Utama Indonesia Tbk', *Jurnal AKRAB JUARA*, 5.4 (2020), 245.

³⁶ Zhanalia Fitriana, Siti Hidayati, and Sugianto Sugianto, 'Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2.1 (2021), 2.

Ho4: Pencatatan Akuntansi Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Melalui Kinerja Keuangan.

Menurut Ryan teknologi merupakan sebuah keharusan dikehidupan masyarakat. Dengan perilaku dan gaya hidup masyarakat saat ini membuat perusahaan melakukan inovasi baru contohnya pada perbankan melakukan pengaplikasian *internet banking* dan *digital marketing* dalam menjalankan operasionalnya dan berharap akan lebih memiliki kualitas pendapatan. Untuk melihat ke efisienan operasional dilakukan sebuah analisis laporan keuangan yang nantinya berupa laporan kinerja keuangan yang menjadi dasar evaluasi perusahaan.³⁷ Uraian tersebut mengarahkan peneliti untuk membentuk hipotesis kelima:

Ha5: Digital Marketing Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Melalui Kinerja Keuangan.

Ho5: Digital Marketing Tidak Memiliki Pengaruh Yang Signifikan Terhadap Peningkatan Laba IKM Melalui Kinerja Keuangan.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan rangkuman sementara dari isi skripsi yang bertujuan untuk memberikan pengertian secara global dan seluruh pembahasan yang ada. Terkait dengan materi yang dibahas pada dasarnya terdiri dari lima bab, dan setiap bab memiliki beberapa sub bab.

³⁷ Nur Fadhila Amri dan Muhammad Ryan Darmala., Adil Setiawan., 'Pengaruh Internet Banking Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar', *Ekonomik Bosowa Journal*, 5.003 (2019), 724.

Antara bab satu dan juga bab lainnya saling berhubungan bahkan merupakan pendalaman pemahaman dari bab sebelumnya. Untuk lebih memudahkan maka dibawah ini akan dikemukakan gambaran umum secara singkat dari pembahasan skripsi ini.

Bab I: Berisi pendahuluan yang merupakan gambaran umum mengenai penelitian yang dilaksanakan. Dalam bab ini dijabarkan beberapa bagian dengan penjelasan, seperti latar belakang yang berisi uraian singkat tentang dilakukannya penelitian ini serta alasan pemilihan judul. Bab ini juga berisi tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, asumsi penelitian, hipotesis dan berisikan sistematika pembahasan.

Bab II: Berisi kajian kepustakaan yang didalamnya mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti yaitu Pengaruh Pencatatan Akuntansi Dan Digital Marketing Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba Pada IKM Jember.

Bab III: Berisi membahas tentang metode penelitian, yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV: Berisi tentang penyajian data dan analisis, yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data analisis, dan pembahasan temuan penelitian.

Bab V: Penutupan atau kesimpulan dan saran merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan penelitian yang dilengkapi dengan saran-saran dari peneliti/penulis dan diakhiri dengan penutup.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pengaruh pencatatan akuntansi dan digital marketing dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba pada ikm jember telah dibuktikan melalui beberapa penelitian-penelitian terdahulu. Akan tetapi penelitian tersebut menyatakan bahwa kinerja keuangan sebagai variabel langsung bukan sebagai variabel mediasi. Beberapa penelitian terdahulu seperti:

1. Ni Nyoman Yuliati, Sofiaty Wardah dan Baiq Widuri “*Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional kelurahan Seganteng)*”. 2019.

Besarnya kontribusi dan sumbangan UMKM pada PDB akan berdampak pada penyerapan jumlah tenaga kerja dari sektor UMKM. Akan tetapi terdapat pula kendala yang dihadapi oleh UMKM sehingga membuat sulit berkembang, salah satunya adalah kurangnya SDM yang memiliki kualifikasi baik dan berpengalaman. Faktor lain dan merupakan tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah terkait dalam pengelolaan dana. Pengelolaan dana yang baik merupakan faktor kunci keberhasilan UMKM. Berdasarkan observasi awal sebagian besar usaha kerupuk kulit yang ada di kelurahan seganteng tidak memiliki laporan keuangan karena hal itu penulis ingin meneliti tentang penerapan

akuntansi pada UMKM di kelurahan seganteng mengingat tingginya persaingan usaha yang ada disana.³⁸

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode survey. Hasil dari penelitian ini adalah pelaku UMKM kerupuk kulit tradisional kulit sapi atau kerbau di kelurahan seganteng belum membuat laporan keuangan dikarenakan keterbatasan pemahaman dan kemampuan tentang akuntansi dan pembukuan, rumitnya proses akuntansi yang membuat UMKM menganggap bahwa laporan keuangan bukanlah hal yang penting dalam usaha mereka. Namun terdapat beberapa UMKM telah melaksanakan pencatatan akuntansi dalam bentuk laporan arus kas terdapat juga pelaku usaha melakukan pembukuan seperti pencatatan penjualan dan pembelian dan ada juga yang melakukan pencatatan kas masuk dan kas keluar.³⁹

2. M. Ryan Darmala, Adil Setiawan & Nur Fadhila Amri “*Pengaruh Internet Banking dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar.*” 2019.

Kinerja BNI Syariah tahun 2018 mengalami pertumbuhan yang positif. Sehingga menurut Direktur Utama BNI Syariah mengatakan kenaikan laba pada perusahaan dikarenakan oleh ekspansi pembiayaan, peningkatan fee based dan rasio dana murah yang optimal. Dengan perilaku dan gaya hidup masyarakat yang tak lepas dari teknologi yakni dimana

³⁸ Ni Nyoman Yuliati, Sofiat Wardah, and Baiq Widuri, ‘Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng)’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 2.2 (2019) 173-174.

³⁹ Ni Nyoman Yuliati, Sofiat Wardah, and Baiq Widuri, 184.

teknologi menjadi sebuah keharusan di kehidupan masyarakat. PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Makassar menawarkan pengaplikasian internet banking dan digital marketing lebih menguntungkan dan lebih efisien secara operasional dan lebih memiliki kualitas pendapatan.

Maka dari itu peneliti ingin mengetahui jika hal tersebut dilakukan apakah lebih menguntungkan dan lebih efisien secara operasional dan lebih memiliki kualitas pendapatan. Metode yang digunakan adalah analisis rasio keuangan ROI dan ROA. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa *internet banking* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan sedangkan *digital marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan pada PT. Bank BNI Syariah Makassar, karena daerah tersebut tidak terlalu efektif dalam penerapan *digital marketing*. Akan tetapi berbeda dengan wilayah kantor pusat penerapan *digital marketing* justru memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kinerja keuangan karena masyarakat yang lebih *aware* terhadap *output* digital marketing yang dilakukan oleh perusahaan.⁴⁰

3. Novi Puspita Sari “*Analisis Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pesona Rasa Di Kabupaten Lumajang.*”

Akuntansi merupakan proses kegiatan mengolah data keuangan agar menghasilkan informasi keuangan yang bermanfaat bagi pihak-pihak

⁴⁰ Muhammad Ryan Darmala., Adil Setiawan., & Nur Fadhila Amri, ‘Pengaruh Internet Banking Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar’, *Ekonomik Bosowa Journal*, 5.003 (2019), 729-730.

berkepentingan. Tahapan dalam pencatatan akuntansi yakni setiap transaksi dari suatu kegiatan usaha harus dicatat dan diolah, sehingga nantinya akan menghasilkan sebuah laporan keuangan. Walaupun laporan keuangan bersifat penting bagi usaha akan tetapi tidak semua usaha melakukan pencatatan akuntansi dengan baik. Laporan keuangan ini nantinya dapat digunakan pemilik untuk mengukur keberhasilan atau strategi perusahaan yang disebut dengan kinerja keuangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah bahwa UMKM kripik pesona rasa masih belum keseluruhan memakai SAK-EMKM secara lengkap, perhitungan penyusunan laporan keuangan yang tepat dan sesuai. Oleh karena itu diharapkan bahwa UMKM tersebut dapat melakukan pencatatan akuntansi berdasarkan SAK-EMKM agar mempermudah untuk mengevaluasi kegiatan usahanya dan juga diharapkan bahwa usaha tersebut lebih memperhatikan mengenai bukti-bukti transaksi dari usahanya agar dapat dilakukan pembukuan dengan baik.⁴¹

4. Ninuk Riesmiyantiningtias & Ade Onny Siagian “*Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Midi Utama Indonesia TBK*”. November 2020.

⁴¹ Novi Puspita Sari, ‘Analisis Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pesona Rasa Di Kabupaten Lumajang’ (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2019)1-71.

Kinerja industri retail tergantung pada tingkat konsumsi masyarakat. Semakin tinggi tingkat konsumsi masyarakat terhadap kebutuhan sehari-hari akan meningkatkan kinerja industri retail. Pada kondisi pandemic covid-19 sangat berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat dan kinerja perusahaan retail. PT. Midi Utama Indonesia, Tbk sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di sektor retail berupaya untuk menjaga stabilitas kinerja dengan meningkatkan pemenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Kinerja keuangan perusahaan dapat terlihat pada laporan keuangan perusahaan yang dievaluasi menggunakan analisis laporan keuangan. Penelitian ini menggunakan metode analisis rasio yang merupakan metode analisa untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi secara individual atau kombinasi dari kedua laporan tersebut.⁴²

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa pengukuran yakni melakukan analisis rasio likuiditas dalam hal ini terdapat rasio lancar yang menyatakan bahwa PT. Midi memiliki kemampuan yang cukup dalam menjamin utang lancarnya menggunakan aktiva lancar yang dimiliki, yang kedua terdapat rasio cepat walaupun mengalami penurunan akan tetapi PT. Midi masih dapat menjamin utangnya menggunakan aktiva lancar yang dimiliki. Analisis profitabilitas dan rasio kinerja operasi PT. Midi memiliki cukup kemampuan untuk melakukan penjaminan dan pembayaran hutang

⁴² Ninuk Riesmiyantiningtias and Ade Onny Siagian, 'Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Pt. Midi Utama Indonesia Tbk', *Jurnal AKRAB JUARA*, 5.4 (2020), 244-345.

jangka pendek serta jangka panjang. Kemampuan menghasilkan laba yang cukup baik, sehingga menjadi ukuran para investor untuk menanamkan modal.⁴³

5. Gunardi, Agus Rahayu & Lili Adi Wibowo “*Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Fashion di Kota Bandung.*” 2020.

Pengembangan ekonomi melalui sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap PDB. Dengan didukung perkembangan dunia marketing *online* saat ini memberikan peningkatan pesat dalam bisnis, seiring dikenalnya bisnis *online* di internet. Fenomena jual beli secara *online* merupakan suatu cara baru dalam menjalankan bisnis saat ini. Diharapkan umkm dapat menjadi pelaku usaha yang produktif dan berdaya saing tinggi. Tetapi dengan adanya wabah covid-19 memberikan dampak negatif bagi umkm khususnya *fashion* karena permintaan konsumen mengalami penurunan secara signifikan.

Oleh karena itu penulis mengangkat bagaimana cara umkm bisa bertahan kinerja keuangannya dengan melakukan strategi pemasaran secara online di masa covid-19. Metode yang digunakan yakni kualitatif. Dalam jurnalnya menyatakan bahwa dengan adanya *digital marketing* masyarakat dapat memanfaatkan hal tersebut untuk menjual produk-produknya secara *online*. Hal tersebut memperbaiki kinerja keuangan UMKM yang tadinya mengalami defisit atau penurunan secara drastis

⁴³ Ninuk Riesmiyantiningtias & Ade Onny Siagian, 251-253.

akibat covid-19 sehingga dengan adanya *digital marketing* dapat memperbaiki kondisi tersebut.⁴⁴

6. Rizky Arnando Pratama dan Vicky f Sanjaya “*Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus: Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus).*” 2021.

Transaksi bisnis melalui internet merupakan suatu fenomena bisnis baru. Dari finansial, *digital marketing* sangat menjanjikan untuk peningkatan laba usaha. Namun hal tersebut belum bisa dilakukan oleh pelaku umkm yang ada di indonesia contoh kecilnya adalah UMKM di Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus. UMKM merupakan usaha yang tangguh di tengah kritis ekonomi. Pengetahuan teknologi yang dimiliki oleh umkm masih terbilang kurang. Hal tersebut akan sulit bagi pelaku usaha umkm untuk berkembang apabila masih menggunakan pemasaran manual sementara saat ini segala sesuatu sudah serba digital.

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana *digital marketing* berpengaruh terhadap peningkatan laba UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen kuesioner. Dalam jurnalnya menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan laba UMKM. Dan menyatakan bahwa jika *digital marketing* dimanfaatkan secara baik dan benar serta UMKM secara

⁴⁴ Gunardi, Agus Rahayu, and Lili Adi Wibowo, ‘Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Fashion Di Kota Bandung’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3.1 (2020), 65.

konsisten melakukannya maka hal tersebut dapat memberikan dampak yang baik bagi UMKM tersebut.⁴⁵

7. Zhanalia Fitriana, Siti Hidayati, dan Sugianto “*Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Bank Umum Syariah di Indonesia*”. June 2021.

Sejak tahun 1998 berdasarkan prinsip operasionalnya, Indonesia melakukan pengembangan *Dual Banking System* (konvensional & syariah). Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal tersebut dilihat dari peningkatan pada jumlah bank, berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2019 perbankan syariah terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Tuntutan dari perekonomian global yang semakin maju menimbulkan persaingan yang sangat ketat dalam industri perbankan di Indonesia. Perbankan syariah dituntut memiliki kinerja keuangan yang baik dengan bersaing mendapatkan laba sebesar-besarnya. Dalam menganalisis dan menilai kinerja keuangan terhadap prospek pertumbuhan laba bank umum syariah setiap periodenya, dapat dilakukan dengan analisis laporan keuangan, meliputi ukuran/variabel tertentu yang dapat mengukur keberhasilan bank dalam menghasilkan laba.

⁴⁵ Rahmat Setiawan, Rizky Arnando Prataman, and Vicky Sanjaya, ‘Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus: Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)’, *Jurnal Ekonomak*, 7.3 (2021), 47.

Kendala yang dihadapi perbankan syariah terutamanya dalam BUS dalam menjaga kinerja keuangannya adalah permodalan yang masih terbatas. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui permodalan, likuiditas dan efisiensi operasional secara persial terhadap pertumbuhan laba Bank Umum Syariah di Indoensia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif dengan gabungan data *time series* dan *cross section*.⁴⁶

Hasil dari penelitian ini permodalan (CAR) berpengaruh negatif terhadap peningkatan laba, likuiditas berpengaruh positif dan efisiensi operasional memiliki pengaruh negatif terhadap peningkatan laba Bank Umum Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada periode tahun 2015-2019.⁴⁷

8. Ninta Khatarina, Chistine, Ferida Wijaya, & Cryseis Clarissa Clorinda "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019". Januari 2021.

Perbankan memiliki fungsi penting untuk kegiatan ekonomi pada sebuah negara. Sebab itu, kemajuan sebuah negara bisa dilihat dari kemajuan bank di negara tersebut. Maka pertumbuhan laba dari sektor perbankan menjadi pusat perhatian terutama untuk para investor serta pemerintah. Semakin besar pertumbuhan laba dari perbankan suatu negara

⁴⁶ Fitriana, Hidayati, and Sugianto , 'Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Bank Umum Syariah di Indonesia', *Journal of Islamic Economics And Finance Studies*, 2.1, (2021): 2-3.

⁴⁷ Fitriana, Hidayati, and Sugianto, 11-12.

menunjukkan semakin lancar roda perekonomian negara tersebut. Terdapat beberapa rasio yang mempengaruhi pertumbuhan laba perbankan, yaitu tingkat pengembalian asset ROA (*Return on Asset*) perbankan diharapkan mampu mendapatkan keuntungansesuai asset tertentu, penyaluran dana *Loan to Deposit Ratio* (LDR) perbankan diharapkan mampu menyalurkan dana yang berasal dari masyarakat. Perputaran asset TATO (*Total Asset Turn Over*) yang lancar serta keuntungan bersih yang berkembang memiliki harapan perbankan dapat melakukan peningkatan produktifitas serta operasional perbankan kemudian perbankan mendapat keuntungan yang meningkat serta menarik penanam modal. Laba dari penjualan *Net Profit Margin* (NPM) diharapkan perbankan dapat menghasilkan laba bersih yang maksimal dari kegiatan penjualan produk bank.⁴⁸

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah ROA memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan keuntungan dalam perusahaan, LDR tidak memiliki pengaruh serta tidak relevan terhadap pertumbuhan keuntungan dalam perusahaan, TATO tidak memiliki pengaruh serta subtansial terhadap kemajuan keuntungan dalam perusahaan sektor perbankan yang tercatat dalam BEI periode 2017-2019. dan NPM tidak

⁴⁸ Nita Khataritna, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019', *Universitas Dharmawangsa*, 15.1 (2021), 129-130.

mempunyai pengaruh serta relevan terhadap pertumbuhan keuntungan dalam perusahaan.⁴⁹

9. Marjulin, Hilmi, T. Mustaqim, Elvina & Zuzma Widawaty A. Wahab “*Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada UMKM Di Aceh.*” 2022.

Digital atau iklan *online* telah mengalami pertumbuhan yang fenomenal sejak didirikan pada tahun 1994. Internet telah menjadi media periklanan yang paling cepat berkembang dalam dekade ini. Sejalan dengan berkembangnya internet, muncul pemahaman baru mengenai paradigma pemasaran berupa konsep pemasaran modern berorientasi pasar atau konsumen atau revolusi pemasaran berupa *electronic marketplace*.

Salah satu tantangan utama yang harus dihadapi oleh pemasar adalah mengetahui bagaimana membujuk seseorang dan bagaimana mempertahankan calon pelanggan. Masalah ini dapat dengan mudah diselesaikan dengan membuat atau memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi atau berbicara tentang mereka melalui penggunaan media *digital*. Digital marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang umumnya digunakan untuk mempromosikan barang dan jasa kepada pelanggan dengan memanfaatkan berbagai saluran distribusi.

Permasalahan yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini yakni ingin mengetahui seberapa besar dampak penggunaan *digital marketing* dalam meningkatkan laba usaha pada UMKM di Aceh. Penelitian ini

⁴⁹ Khatarnita, 142-143.

menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan *explanatory research*. Jurnal ini menyatakan bahwa penggunaan *digital marketing* pada UMK memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan laba usaha.⁵⁰

10. Abdullah, M. Ichsan Siregar & M. Hidayat “*Analisis Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2016-2020.*” 2023.

Indonesia adalah negara berkembang yang memiliki banyak potensi yang belum dimanfaatkan untuk ekspansi di masa depan. Bisnis dari berbagai skala di seluruh negeri, mulai dari perusahaan rintisan hingga perusahaan yang sudah mapan, menunjukkan tanda-tanda ekspansi ekonomi. Ekspansi pasar property dan real estat di suatu negara merupakan salah satu indikator kesehatan dan pertumbuhan ekonomi negara tersebut secara keseluruhan. Melakukan kinerja keuangan dalam perusahaan sangat diperlukan apalagi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia akan memiliki tingkat daya saing lebih tinggi, yang akan mendorong kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan adalah analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah mematuhi aturan pelaksanaan keuangan dengan benar. Rasio keuangan berguna untuk menganalisis posisi keuangan dan mengevaluasi efektivitas manajemen perusahaan. Laporan keuangan menggambarkan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan selama periode

⁵⁰ Marjulin and others, 'Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Aceh', *Proceeding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 610, (2022): 1-2.

waktu tertentu. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan property dan real estate yakni ketika wabah covid-19 menyebabkan pertumbuhan ekonomi perusahaan indonesia menurun dan terlihat dalam industri real estat dan properti. Hal tersebut yang membuat penulis ingin memastikan apakah kinerja keuangan memiliki dampak positif atau negatif terhadap laporan keuangan dan untuk berspekulasi apakah nilai variabel kinerja keuangan akan naik atau turun di masa depan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik deskriptif.⁵¹ Dalam jurnalnya menyatakan bahwa terdapat beberapa yang di nilai dalam penentuan kinerja keuangan yakni *current ratio* terhadap ROA yang menyatakan bahwa CR tidak berpengaruh terhadap nilai ROA secara keseluruhan. Yang kedua *debt Asset Ratio* terhadap ROA yakni memiliki hubungan positif dan signifikan. Terakhir yakni NPM terhadap ROA memiliki hubungan yang baik dan signifikan.⁵²

11. Ayu Permata Sari & Laylan Syafina “*Penerapan Pencatatan Akuntansi & Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba UMKM,*” 2023.

Ketika bangsa indonesia mengalami krisis moneter dan krisis ekonomi yang baru-baru ini terjadi yaitu pandemi covid-19, perusahaan besar terganggu atau bahkan berhenti beroperasi, sementara UMKM faktanya lebih kuat menghadapi situasi ini. Berdasarkan data pertumbuhan ekonomi di kabupaten serdang, umkm perlu membuat pengelolaan

⁵¹ Abdullah, Muhammad Ichsan Siregar, and Muhammad Hidayat, ‘Analisis Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2016-2020’, *Riset and Jurnal Akuntansi*, 7.3 (2023), 2711-2713.

⁵² Abdullah, Siregar, and Hidayat, 2716.

keuangan yang tepat dan melakukan perluasan area pemasaran yang kemudian akan berpengaruh pada peningkatan laba. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pengaruh penerapan pencatatan akuntansi dan *digital marketing* terhadap peningkatan laba pada umkm.⁵³

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Dalam jurnalnya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba pada UKM di Kabupaten Deli Serdang, yang memiliki arti bahwa semakin efektif penerapan pencatatan akuntansi yang diterapkan maka laba UMK akan meningkat. Selain variabel pencatatan akuntansi juga terdapat variabel *digital marketing* dalam penelitian yang dilakukannya juga menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan *digital marketing* terhadap peningkatan laba UKM, yang jika dilakukan secara baik maka *digital marketing* dapat mempengaruhi peningkatan laba UKM tersebut.⁵⁴

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ni Nyoman Yuliati, Sofiati Wardah dan Baiq Widuri (2019).	Penerapan Akuntansi pada Usaha Mikro dan Menengah (Studi pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional	Melakukan penelitian mengenai variabel penerapan akuntansi.	Terdapat penambahan variabel, subjek penelitian, dan metode penelitian

⁵³ Ayu Permata Sari dan Laylan Syafina, 'Applying Accounting Records and Digital Marketing Increase SME's Profits', *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 9.1 (2023), 1-3.

⁵⁴ Sari dan Syafina 12-13.

		kelurahan Seganteng).		
2.	M. Ryan Darmala, Adil Setiawan & Nur Fadhila Amri (2019)	Pengaruh Internet Banking dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar	Terdapat persamaan variabel yakni <i>digital marketing</i> terhadap kinerja keuangan.	Indikator yang digunakan berbeda, subjek penelitian yang berbeda.
3.	Ninuk Riesmiyantiningtias & Ade Onny Siagian (2020).	Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada PT. Midi Utama Indonesia TBK.	Terdapat variabel yang hampir sama yakni laporan keuangan terhadap kinerja keuangan.	Subjek penelitian yang berbeda, metode penelitian, dan indikator penelitian yang digunakan.
4.	Gunardi, Agus Rahayu & Lili Adi Wibowo (2020)	Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan UMKM <i>Fashion</i> di Kota Bandung	Terdapat persamaan variabel yakni <i>digital marketing</i> terhadap kinerja keuangan.	Metode yang digunakan berbeda, pendekatan penelitian yang digunakan juga berbeda dan subjek penelitian yang berbeda.
5.	Rizky Arnando Pratama & Vicky f Sanjaya (2021)	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus: Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)	Persamaan variabel <i>digital marketing</i> terhadap peningkatan laba, menggunakan metode kuantitatif dengan bantuan instrumen kuesioner dan juga pengujian hipotesis menggunakan (SEM) PLS v.3	Terdapat penambahan variabel pada penelitian yang sedang dilakukan, perbedaan subjek penelitian, dan teknik pengambilan sampel
6.	Zhanalia Fitriana, Siti Hidayati, dan Sugianto (2021).	Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba pada Bank Umum Syariah di Indonesia.	Terdapat beberapa variabel yang sama yakni pengaruh kinerja keuangan terhadap peningkatan laba.	Terdapat beberapa variabel yang berbeda, subjek penelitian teknik analisis data dan indikator yang digunakan.
7.	Ninta	Pengaruh Kinerja	Terdapat beberapa	Subjek penelitian,

	Khatarina, Chistine, Ferida Wijaya, & Cryseis Clarissa Clorinda (2021).	Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019.	variabel yang sama yakni pengaruh kinerja keuangan terhadap peningkatan laba.	alat analisis data, dan indikator penelitian.
8.	Marjulin, Hilmi, T. Mustaqim, Elvina & Zuzma Widawaty A. Wahab (2022)	Dampak Penggunaan <i>Digital Marketing</i> Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada UMKM Di Aceh	Beberapa variabel yang sama yakni <i>digital marketing</i> terhadap peningkatan laba dan metode penelitian <i>explanatory research</i>	Penambahan variabel pada penelitian yang sedang dilakukan, perbedaan subjek penelitian dan alat analisis penelitian.
9.	Abdullah, M. Ihsan Siregar & M. Hidayat (2023)	Analisis Laporan Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perumahan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2016-2020	Memiliki variabel yang hampir sama yakni analisis laporan keuangan terhadap kinerja keuangan.	Metode yang digunakan, subjek penelitian, alat analisis dan terdapat penambahan variabel yang digunakan.
10	Ayu Permata Sari & Laylan Syafina (2023)	Penerapan Pencatatan Akuntansi & <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Laba UMKM	Terdapat beberapa variabel yang sama yakni pencatatan akuntansi dan <i>digital marketing</i> terhadap peningkatan laba.	Terdapat penambahan variabel intervening atau variabel mediasi pada penelitian yang sedang di lakukan dan juga perbedaan subjek penelitian.

Sumber: Data diolah

Dari beberapa penelitian terdahulu menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara langsung antara beberapa variabel yakni pencatatan akuntansi atau laporan keuangan terhadap peningkatan laba, *digital*

marketing terhadap peningkatan laba, kinerja keuangan terhadap peningkatan laba, pencatatan akuntansi atau laporan keuangan terhadap kinerja keuangan, dan *digital marketing* terhadap kinerja keuangan. Hal tersebut menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian pencatatan akuntansi dan *digital marketing* terhadap peningkatan laba dengan menambahkan variabel mediasi kinerja keuangan pada penelitian yang sedang dilakukan.

B. Kajian Teori

1. Pengertian (IKM Industri Kecil Menengah)

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa. Definisi tentang Industri Kecil Menengah (IKM) sangat beragam di Indonesia, keberagaman ini disebabkan oleh pendefinisian IKM oleh pihak-pihak atau lembaga pemerintahan yang menggunakan konsep yang berbeda dalam mendefinisikan IKM.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM) sebagai berikut:

- a. Industri kecil, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19 orang.

- b. Industri menengah, yaitu suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang.⁵⁵

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) mendefinisikan IKM sebagai berikut:

- 1) Industri kecil, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya dan memiliki nilai investasi antara Rp. 5.000.000,- (lima juta rupiah) sampai Rp. 200.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan usaha.
- 2) Industri menengah, adalah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan setengah jadi dan atau barang jadi menjadi barang lebih tinggi untuk penggunaannya yang memiliki investasi antara Rp. 200.000.000,- sampai 10 milyar, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.⁵⁶

Dari beberapa pengertian dapat disimpulkan jika definisi Industri Kecil Menengah (IKM) tidak selalu sama, tergantung pada konsep yang digunakan untuk mendefinisikannya. Menurut Tohar ada beberapa aspek yang digunakan

⁵⁵ Badan Pusat Statistik, *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook Of Indonesia 2012)* (Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS), 2012)287.

⁵⁶ Badan perencanaan pembangunan daerah kota malang, *Pengembangan Pola Kemitraan Antara Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dan Industri Kecil Menengah (IKM) Kota Malang* (Malang: BARENLITBANG, 2016)7-9.

dalam konsep definisi usaha kecil tersebut, yaitu 1) kepemilikan, 2) modal dan aset, 3) serta jumlah tenaga kerja.⁵⁷

2. Peningkatan Laba IKM

Labanya adalah selisih positif antara pendapatan dalam suatu periode dan biaya yang dikeluarkan untuk mendatangkan laba. Pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya.

Indikator penelitian mengenai variabel peningkatan laba menurut Ayu & Laylan, terdiri dari⁵⁸:

a. Modal

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Dengan demikian maka modal dapat dianggap sebagai motor penggerak suatu usaha yang dapat menentukan maju mundurnya usaha itu sendiri. Modal merupakan faktor produksi yang mempunyai pengaruh kuat dalam mendapatkan produktivitas atau output, secara makro modal merupakan pendorong besar untuk meningkatkan investasi baik secara langsung pada proses produksi maupun dalam prasarana produksi, sehingga mampu mendorong kenaikan produktivitas dan output.⁵⁹

⁵⁷ Andri Ratnasari and Drs H Kirwani, 'Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponorogo', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.3 (2020), 6.

⁵⁸ Sari and Syafina, 8.

⁵⁹ Husein Umar, "*Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*", (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000) 17.

b. Penjualan

Penjualan adalah salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).⁶⁰

c. Jam Kerja

Jam kerja adalah waktu yang digunakan untuk melakukan pekerjaan, dapat dilaksanakan siang hari dan/atau malam hari. Upah pekerja tergantung dari jam kerja dari karyawan tersebut jam kerja dapat dilihat dari kartu hadir karyawan.

d. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja adalah berapa jumlah pekerja dalam melakukan operasional perusahaan. Tenaga kerja merupakan usaha fisik atau mental yang dikeluarkan karyawan untuk mengolah produk.

Tenaga kerja memiliki pengelompokan dalam biayanya yakni upah/gaji, upah lembur, dan biaya yang berkaitan dengan tenaga kerja.

Dalam akuntansi, kegiatan yang akan dilakukan terkait dengan biaya tenaga kerja yaitu pencatatan masa kerja, perhitungan upah dan gaji dan Alokasi biaya tenaga kerja.⁶¹

⁶⁰ M. Nafarin, "Penganggaran Perusahaan", (Jakarta: Salemba Empat, 2009) 166.

⁶¹ Sofia Prima Dewi & Septian Bayu Kristanto, *Akuntansi Biaya, Akuntansi Biaya* (Jakarta: In Media, 2013)28.

e. Keuntungan

Keuntungan (laba) adalah Pengertian laba secara bahasa atau menurut Al-Qur'an, As-Sunnah, dan pendapat ulama-ulama fiqih dapat kita simpulkan bahwa laba ialah pertambahan pada modal pokok perdagangan atau dapat juga dikatakan sebagai tambahan nilai yang timbul karena barter atau ekspedisi dagang. Laba bisa dipandang sebagai suatu ukuran efisiensi. Laba adalah suatu ukuran kepengurusan (stewardship) manajemen atas sumber daya suatu kesatuan dan ukuran efisiensi manajemen dalam menjalankan usaha suatu perusahaan.⁶²

3. Pencatatan Akuntansi

Pencatatan Akuntansi adalah kumpulan prosedur akuntansi yang dipergunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, termasuk pencatatan transaksi, pembukuan dan penyajian Laporan Keuangan, sebab sangat penting guna memahami pencatatan dan pelaporan keuangan. IKM bisa mendapatkan laporan kinerja dan keadaan usaha dengan menggunakan sistem pencatatan dan pelaporan keuangan yang efektif. Penerapan akuntansi dalam UMKM sangat diperlukan karena digunakan untuk mengetahui pencatatan dan pelaporan keuangan.⁶³ IAI (Ikatan Akuntans Indonesia) merilis SAK EMKM (Standart Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil dan Menengah) pada tahun 2016 dalam rangka mendukung UKM dan IKM menyajikan laporan keuangan secara

⁶² Jamin, 'Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan)', *LABATILA (Jurnal Ilmu Ekonomi Islam)*, 3.1 (2019), 112.

⁶³ Muhammad Rais.R, 'Analisis Sistem Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Baubau', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 2.1 (2019), 62.

akurat. UKM dan IKM diwajibkan menyajikan 3 (tiga) laporan keuangan yaitu Laporan Posisi Keuangan, Laporan Laba Rugi, dan Catatan Atas Laporan Keuangan (CALK) berdasar pada SAK EMKM.⁶⁴ Dalam islam juga terdapat sistem Akuntansi yang lengkap dengan prinsip keadilan, kebenaran dan Akuntabilitas, sebab data Akuntansi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi cara seseorang berpikir, pengambilan keputusan, dan berperilaku. Surat Al-Baqarah ayat 282 :

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
 وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا
 عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
 يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا
 يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ ؕ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِدَيْنِ
 مِنْ رِّجَالِكُمْ ؕ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ
 مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكَّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ؕ وَلَا
 يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا وَلَا تَسْمَؤُا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا
 إِلَىٰ أَجَلِهِ ؕ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا

⁶⁴ Rosita Vega Savitri and Saifudin, 'Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3 (2018), 46.

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ
 جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ^ط وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ^ج وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا
 شَهِيدٌ ^ج وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ^ط وَاتَّقُوا اللَّهَ ^ط وَيَعْلَمِ اللَّهُ ^ط
 وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ^ط

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu⁶⁵

Maksud dari surah tersebut adalah Allah SWT memerintahkan agar semua transaksi yang terjadi selama muamalah dicatat secara akurat. Selain itu, hasil dari pencatatan tersebut dapat digunakan untuk mengetahui mengenai pendapatan atau laba yang diperoleh.

⁶⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro)37.

Indikator Penelitian Pencatatan Akuntansi Menurut Ayu & Laylan⁶⁶:

a. Bukti Transaksi

Bukti transaksi adalah Bukti transaksi akan digunakan sebagai data bukti tertulis tentang transaksi yang telah dilakukan dalam kegiatan operasional perusahaan sehari-hari, sekaligus untuk menghindari kemungkinan akan terjadinya persengketaan di masa yang akan datang. Bukti transaksi biasanya dilakukan dari hasil transaksi dengan pihak luar perusahaan, tetapi ada juga bukti transaksi yang dihasilkan dari transaksi antar pihak internal perusahaan. Bukti transaksi memiliki 2 macam yaitu bukti transaksi intern yang terdiri dari bukti kas masuk, bukti kas keluar dan memo. Sedangkan bukti transaksi ekstern terdiri dari kuitansi, faktur, nota kontan, nota kredit, nota debit, cek dan bilyet giro.⁶⁷

b. Jurnal

Jurnal adalah semua transaksi keuangan suatu badan usaha atau organisasi yang dicatat secara kronologis dan bertujuan untuk pendataan, termasuk di dalamnya jumlah transaksi, nama-nama transaksi baik memengaruhi atau dipengaruhi, dan waktu transaksi berjalan. Jurnal juga dikenal sebagai buku pemasukan utama *books of*

⁶⁶ Sari dan Syafina, 8.

⁶⁷ Siti Aisyah Siregar, *Belajar Mudah Akuntansi Dasar* (Indonesia: Bao Publishing, 2018) 6-9.

original entry karena menjadi tempat terjadinya pencatatan transaksi pertama atau penyesuaian pemasukan *adjusting entries*.⁶⁸

c. Buku Besar

Buku besar adalah catatan kumpulan akun-akun transaksi yang kemudian akan dikelompokkan sesuai dengan jenisnya. Pemindah bukuan dari jurnal ke akun buku besar dinamakan sebagai posting. Selain itu buku besar juga dapat diartikan sebagai kumpulan akun yang saling berhubungan dan merupakan satu kesatuan yang disusun dan dikelompokkan sesuai dengan pos-pos laporan keuangan perusahaan.⁶⁹

d. Laporan Posisi Keuangan

Laporan posisi keuangan atau neraca (balance sheet) merupakan laporan yang menunjukkan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu. Arti dari posisi keuangan dimaksudkan adalah posisi jumlah dan jenis aktiva (harta) dan pasiva (kewajiban dan ekuitas) suatu perusahaan.

e. Laporan Laba Rugi (CALK)

Laporan laba rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha perusahaan dalam suatu periode tertentu. Dalam laporan laba rugi ini tergambar jumlah pendapatan dan sumber-sumber pendapatan yang diperoleh. Kemudian, juga tergambar jumlah biaya dan jenis-jenis biaya yang dikeluarkan selama periode tertentu. Jika

⁶⁸Wikipedia, 'Jurnal Akuntansi', 2023. <[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jurnal_\(akuntansi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jurnal_(akuntansi))>.

⁶⁹ Siregar, 13.

jumlah pendapatan lebih besar dari jumlah biaya, perusahaan dikatakan laba. Sebaliknya jika pendapatan lebih kecil dari jumlah biaya, perusahaan dikatakan rugi.⁷⁰

4. Digital Marketing

Sánchez-Franco et al., mendefinisikan pemasaran digital sebagai hasil pemasaran evolusi. Evolusi terjadi ketika perusahaan menggunakan saluran media digital untuk sebagian besar pemasaran. Saluran media digital dapat diatasi dan diizinkan percakapan terus menerus, dua arah, dan pribadi antara pemasar dan konsumen.⁷¹ Sedangkan, menurut Coviello et al, dalam Fawaid menyatakan Digital Marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi. Mereka juga berpendapat bahwa e-marketing merupakan bagian dari e-commerce.⁷² Menurut Sanjaya dan Tarigan Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial.⁷³

Dalam islam telah mengajarkan bahwa melakukan promosi atau pemasaran dengan cara halal. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Muthaffifi ayat 1-3:

⁷⁰ Hamdan Firmansyah Dkk, *Analisis Laporan Keuangan* (Cirebon: Insania, 2021) 26.

⁷¹ Manuel J. Sánchez-Franco, Begoña Peral-Peral, and Ángel F. Villarejo-Ramos, 'Users' Intrinsic and Extrinsic Drivers to Use a Web-Based Educational Environment', *Computers and Education*, 74 (2014), 85.

⁷² Ahmad Fawaid, 'Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa', *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4.1 (2017) 109.

⁷³ Sanjaya dan R. Josua Tarigan, *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2009)46.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١٠١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿١٠٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿١٠٣﴾

Artinya: Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)!, (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.⁷⁴

Indikator *digital marketing* Menurut Yazer Nasdini dalam Eunike & Reitty, indikator *Digital Marketing* yaitu⁷⁵ :

a. *Accessibility* (aksesibilitas)

Accessibility adalah kemampuan pengguna untuk mengakses informasi dan layanan yang disediakan secara online periklanan. istilah *Accessibility* umumnya terkait dengan cara pengguna dapat mengakses situs Sosial media.

b. *Interactivity* (interaktivitas)

Interactivity adalah Tingkat komunikasi dua arah yang mengacu pada kemampuan timbal balik komunikasi antara pengiklan dan konsumen, dan menanggapi input yang mereka terima.

c. *Entertainment* (hiburan)

Entertainment adalah kemampuan beriklan untuk memberi kesenangan atau hiburan kepada konsumen. Secara umum memang

⁷⁴ Republik Indonesia, 470.

⁷⁵ Eunike Viedy Virginia dan Reitty L Samadi, 'Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)', *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10.3 (2022), 955.

banyak iklan yang memberikan hiburan sambil menyisipkan informasi-informasi.

d. *Credibility* (kepercayaan)

Credibility adalah bagaimana tingkat kepercayaan konsumen online iklan yang muncul, atau sejauh mana iklan memberikan informasi tentang mereka dapat dipercaya, tidak memihak, kompeten, kredibel dan spesifik.

e. *Informativeness* (*informative*)

Kemampuan iklan untuk menyuplai informasi kepada konsumen adalah hakekat dari sebuah iklan. Iklan juga harus memberikan gambaran yang sebenarnya mengenai sebuah produk sehingga bisa memberikan keuntungan ekonomis bagi konsumen.⁷⁶

Faktor yang mempengaruhi efektifitas *Digital Marketing* Dalam⁷⁷:

1) Sasaran pasar

Ini merupakan faktor terpenting dalam memilih target pasar. Ini akan melibatkan biaya besar jika ingin mempromosikan produk anda di setiap platform di internet dan ingin fokus pada jutaan pengguna internet sebagai target pasar anda.

⁷⁶ Muhammad IQBAL, 'Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan Pada Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Di Aceh)', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7.2 (2021), 86-87.

⁷⁷ Richa Goel and others, 'An Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with Reference to Indian Economy', *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25.4 (2017), 1574.

2) Teknologi

Seperti kita ketahui, teknologi adalah tulang punggung pemasaran digital, jadi untuk pemasar sangat penting untuk tetap diperbarui tentang teknologi.

3) Konten

Konten adalah tempat dimana anda akan dapat berdiri terpisah dari pemain lain di industry. Situs dan pesan anda harus memiliki bahasa yang relatable dan rasional Konten.

4) Anggaran

Pemasaran digital lebih murah dari pemasaran tradisional, namun demikian tentu tidak gratis. Dengan demikian muncul kebutuhan untuk menyiapkan anggaran yang sangat khusus untuk itu.

5) Media sosial

Banyak bisnis yang terlibat dalam media sosial. Organisasi hari ini tetap dinamis dan catatan jaringan online yang sehat. organisasi juga meminta pekerja mereka melakukan hal yang sama untuk terhubung dengan klien mereka. Banyak organisasi melakukan promosi melalui jejaring sosial berbasis web.⁷⁸

5. Kinerja Keuangan

Pengertian kinerja keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya. Suatu kinerja keuangan juga dapat dinyatakan sebagai hasil

⁷⁸ Goel dkk, 174-175.

yang diperoleh atas berbagai aktifitas yang dilakukan dalam sumber keuangan yang tersedia. Kinerja keuangan dapat dilihat melalui hasil analisis laporan keuangan ataupun analisis ratio keuangan.

Dalam menganalisis suatu kinerja keuangan, analisisnya membutuhkan suatu konsep atau aspek yang dapat menggambarkan data keuangan perusahaan. Kinerja keuangan merupakan suatu prestasi yang dicapai oleh perusahaan pada periode tertentu dalam menggambarkan tingkat keunggulan perusahaan tersebut.⁷⁹

Beberapa indikator penelitian yang digunakan untuk mengetahui mengenai kinerja keuangan menurut Devani & Vega, yakni⁸⁰:

a. Penjualan

Penjualan adalah salah satu fungsi pokok yang dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran suatu produk oleh suatu organisasi pemasaran, kegiatan untuk menyampaikan produk barang kepada konsumen. Kegiatan ini sangat penting, mengingat semakin kompleks serta ketatnya persaingan dunia bisnis. Penjualan merupakan proses dimana sang penjual memastikan, mengaktifkan dan memuaskan sang pembeli agar di capai manfaat, baik sang penjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Untuk melaksanakan penjualan

⁷⁹ Larissa Adella and Maria Rio, 'Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, Dan Kinerja Keuangan: Study Pada Masa Pandemi Covid-19', *Journal of Business and Banking*, 11.1 (2021),76.

⁸⁰ Devani Nindia Putri and Vega Wafaretta, 'Praktik Akuntansi Manajemen Dan Kinerja Usaha Mikro Kerajinan Di Kabupaten Bondowoso Pada Masa Pandemi', *Jurnal Wahana Akuntansi*, 17.2 (2022), 166.

yang baik diperlukan suatu adanya manajemen agar tercapai apa yang akan di targetkan.⁸¹

b. Pembelian

Pembelian merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk pengadaan barang yang diperlukan oleh perusahaan. Kegiatan pembelian ini merupakan salah satu fungsi dasar sebuah perusahaan, karena suatu perusahaan tidak akan dapat beroperasi dengan baik tanpa pengelolaan pembelian yang benar dan sesuai dengan prosedur. Pembelian tersebut timbul akibat adanya permintaan barang yang akan diproduksi untuk menghasilkan suatu output untuk mendapatkan laba.

Menurut Cahyo dan Solikhin pembelian atau purchasing adalah proses penemuan sumber dan pemesanan bahan, jasa, dan perlengkapan, kegiatan tersebut terkadang disebut pengadaan barang". Pada dasarnya peran fungsi pembelian adalah untuk menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan pada waktu, harga dan kualitas yang tepat.

Dan untuk mencapai tahap pembelian tentunya ada serangkaian proses-proses yang terjadi di belakang sebelum sampai pada proses pembelian seperti kebutuhan-kebutuhan dasar produksi yang sebelumnya sudah diperkirakan oleh departemen produksi. Pentingnya pembelian ini menjadi fokus penting dan berpengaruh bagi setiap perusahaan, dan bila perusahaan sudah masuk ke dalam skala besar biasanya pembelian

⁸¹ Dadang Suparman, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri)', *Jurnal Ekonomedia*, Vol. 07 No.2 (2018), 2.

menjadi suatu proses yang sangat rumit dan harus dikendalikan dengan benar karena berkaitan dengan kas perusahaan.⁸²

c. Biaya Produksi

Biaya produksi merupakan biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam melakukan pengelolaan bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual. Secara garis besar biaya produksi dibagi menjadi tiga yang sesuai dengan objeknya:

- 1) Biaya bahan baku
- 2) Biaya tenaga kerja langsung
- 3) Dan biaya overhead pabrik

Contoh dari biaya produksi diantaranya depresiasi mesin, biaya bahan penolong, biaya gaji karyawan, biaya bahan baku, dan beberapa biaya baik yang berhubungan langsung ataupun tidak langsung dengan proses produksi.⁸³

d. Arus Kas

Arus kas merupakan satu kesatuan yang penting dalam menjalankan aktivitas kerja operasional baik untuk perencanaan atau pelaksanaan audit maupun investasi baru sebagai salah satu tonggak berjalannya aktivitas operasional keuangan. Dengan demikian upaya manajemen untuk mencapai tujuan organisasi yang bertumpu pada fungsi anggaran keuangan yaitu dengan menggunakan cashflow sebagai aliran Arus Kas.

⁸² Heri Aryadi and Wahyuni Wahyuni, 'Tinjauan Prosedur Pembelian Barang Di Bagian Purchasing Pada PT. Duraconindo Pratama Jakarta', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.02 (2019), 225–36.

⁸³ Widya A is Sahla, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Deepublish, 2020),3.

Menurut Sofyan Syafari Harahap, arus kas adalah suatu laporan yang memberikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran suatu pembukuan pada suatu periode tertentu dengan mengklasifikasikan transaksi pada kegiatan operasional, pembiayaan dan investasi. Laporan arus kas yakni laporan memberikan informasi keluar dan masuknya kas dalam suatu perusahaan, yang disebabkan oleh adanya aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan. Laporan arus kas biasanya dibuat dalam bentuk anggaran dan realisasi.⁸⁴

e. Analisis Antara Anggaran dan Realisasi Biaya

Menurut Sujarweni dalam jurnal Fanda menjelaskan bahwa penyusunan anggaran dan pelaksanaan anggaran dilakukan dalam satu periode dan merupakan satu rangkaian proses yang saling berkaitan. Adapun proses penyusunan anggaran mempunyai 4 tujuan, yaitu: (1) untuk memberikan bantuan kepada sektor publik agar dapat mencapai tujuan dan meningkatkan koordinasi antar bagian dalam lingkungan; (2) untuk membantu menciptakan efisiensi, efektifitas dan asas keadilan dalam menyediakan barang dan jasa publik melalui proses prioritas; (3) memungkinkan pemerintah untuk memenuhi prioritas belanja; dan (4) meningkatkan transparansi dan pertanggungjawaban manajemen organisasi sektor publik.

⁸⁴ Heru Maruta, 'Pengertian, Kegunaan, Tujuan Dan Langkah-Langkah Penyusunan Laporan Arus Kas', *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 1.2 (2017), 238-57.

Pada jurnal fanda menjelaskan bahwa Siregar mengemukakan bahwa laporan realisasi anggaran merupakan laporan yang menyajikan ikhtisar sumber, alokasi dan pemakaian sumber daya ekonomi yang dikelola oleh pemerintah pusat ataupun pemerintah daerah. Laporan realisasi anggaran merupakan laporan yang menyajikan perbandingan selisih antara anggaran dan realisasinya.⁸⁵



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁸⁵ Fanda Mentang, Harijanto Sabijono, and Sonny Pangerapan, 'Analisis Penyusunan Anggaran Dan Realisasi Belanja Daerah Pada Badan Perencanaan Penelitian Dan Pengembangan Daerah Kota Manado', *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 15.2 (2020), 131.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Berdasarkan tujuan penelitian yang ditetapkan jenis penelitian ini merupakan jenis *explanatory research* atau penelitian penjelasan. *explanatory research* ini bertujuan untuk mengetahui hasil hubungan yang dihipotesiskan.⁸⁶ Untuk menguji hipotesis antara variabel Pencatatan akuntansi (X1), *Digital Marketing* (X2), terhadap Peningkatan Laba (Y) melalui mediasi Kinerja Keuangan (Z). Dengan menyebar kuesioner kepada IKM yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember. Dengan memanfaatkan data primer yang tercatat pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember yang merupakan populasi penelitian. Dalam penentuan sampel peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sample dengan adanya pertimbangan tertentu.⁸⁷

⁸⁶ Raka Malik Azid, 'Analisis Peran Emosi Positif Pada Perilaku Impulse Buying Generasi Z Banyuwangi', 9.1 (2024), 139.

⁸⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dari R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017)137.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi berdasarkan pengertian menurut para ahli dapat diartikan sebagai sekumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sebagai bahan penelitian. Populasi pada penelitian ini ialah IKM yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember Populasi sebanyak 503 IKM.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁸⁸ Penentuan sampel berdasarkan pertimbangan rumusan masalah, hipotesis, tujuan, serta instrumen penelitian dan teknik sampling yang ditetapkan.⁸⁹ Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik penentuan sampel menggunakan non probability sampling yaitu Teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan kesempatan atau peluang bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel.

⁸⁸ Sugiyono, 81.

⁸⁹ Rokhamat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Penerapan (1st Ed.)* (Jakarta: Alim's Publising, 2017).

Teknik sampel ini meliputi, snowball sampling, sampling sistematis, sampling jenuh/total, sampling kuota, purposive sampling, insidental sampling. Teknik penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan purposive sampling yang merupakan teknik sampling berdasarkan kriteria yang telah dipilih dalam memilih sampel.⁹⁰

Penentuan sampel didasarkan pada kriteria tertentu yang harus dipenuhi untuk mencapai maksud penelitian. Sampel penelitian harus memenuhi kriteria seperti:

- 1) IKM yang tercatat pada DISPERINDAG Kabupaten Jember
- 2) IKM yang sudah menerapkan pencatatan akuntansi
- 3) IKM yang sudah menerapkan *Digital Marketing*

Dari populasi IKM yang terdaftar pada DISPERINDAG yaitu sebanyak 503 IKM, peneliti mendapatkan sampel sebanyak 72 IKM yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan baik, dalam arti lebih cermat, lengkap sistematis sehingga lebih mudah untuk diolah.⁹¹ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa instrumen merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data secara sistematis dan lebih mudah. Instrumen penelitian

⁹⁰ Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis*, CV .Pena Persada (Banyumas: Indonesia, 2018) 37.

⁹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (VI)* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)195.

menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan. Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, merupakan kesetujuan atau ketidak setujuan seseorang terhadap serangkaian pernyataan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu. Skala likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kemudian variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang selanjutnya dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁹²

Alasan menggunakan skala likert 1-5 adalah sebab skala likert 7 atau 3 point menyulitkan responden dalam memilih setiap item pada skala pembeda dan responden merasa informasi tersebut sangat sulit untuk diproses. Keunggulan instrument anget skala likert lima point adalah anget dapat melihat tanggapan responden yang netral atau tidak setuju. Hal ini tidak dapat dicapai dalam skala likert dengan empat skala yang menghilangkan tanggapan netral ataupun tidak setuju dari kuesioner.⁹³ adalah Adapun skala penilaiannya sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁹² Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2014).

⁹³ Komariah Ulan, Agung Kresnamurti Rivai P, and Dewi Agustin Pratama Sari, 'Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Intervening: Studi Pada Produsen Dessert Box', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3.2 (2022), 356.

Tabel 3.1
Pemberian Skor Validasi Instrumen Penelitian

No.	Kriteria	Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup Setuju	3
4.	Kurang Setuju	2
5.	Tidak Setuju	1

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer. Adapun data primer yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara online (google form). Teknik penghimpunan data memanfaatkan kuesioner dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur persepsi orang.

Tabel 3.2
Definisi dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
1.	Pencatatan Akuntansi (X1)	Pencatatan Akuntansi adalah kumpulan prosedur akuntansi yang dipergunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, termasuk pencatatan transaksi, pembukuan dan penyajian Laporan Keuangan.	a. Bukti Transaksi b. Jurnal c. Buku Besar d. Lap. Posisi Keuangan e. Lap. Laba Rugi (CALK)	1) Dalam laporan pembukuan saya menyertakan bukti transaksi. 2) Dalam laporan keuangan saya membuat jurnal terhadap pencatatan akuntansi. 3) Selain jurnal saya juga membuat buku besar dalam pencatatan akuntansi. 4) Saya merasa laporan keuangan dapat mendukung	Ayu & Laylan, 2023

				<p>dalam peningkatan laba IKM saya.</p> <p>5) Saya merasa laporan laba rugi dapat saya gunakan untuk mengetahui peningkatan laba.</p>	
2.	<i>Digital Marketing (X2)</i>	Digital Marketing adalah penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk membuat dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.	<p><i>a. Accessibility</i></p> <p><i>b. Interactivity</i></p> <p><i>c. Entertainment</i></p> <p><i>d. Credibility</i></p> <p><i>e. Informativeness</i></p>	<p>1) Saya merasa perlu adanya <i>accessibility</i> dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.</p> <p>2) Saya merasa perlu ada <i>interactivity</i> (komunikasi dua arah antara konsumen dengan penjual) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.</p> <p>3) Saya merasa perlu adanya <i>entertainment</i> (kemampuan beriklan) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.</p> <p>4) Saya merasa perlu ada <i>credibility</i> (kepercayaan)</p>	Eunike & Reitty, 2022

				<p>dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.</p> <p>5) Saya merasa perlu adanya <i>informativiness</i> (menyuplai informasi kepada konsumen) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.</p>	
3.	Kinerja Keuangan (Z)	Kinerja Keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumber daya yang dimilikinya.	<p>a. Penjualan</p> <p>b. Pembelian</p> <p>c. Biaya Produksi</p> <p>d. Arus Kas</p> <p>e. Analisis Antara Anggaran dan Realisasi Biaya</p>	<p>1) Saya merasa dengan adanya peningkatan dalam penjualan produk akan berpengaruh pada kinerja keuangan.</p> <p>2) Saya merasa dengan adanya pembelian bahan baku untuk persediaan akan mempengaruhi kinerja keuangan IKM.</p> <p>3) Saya merasa dengan adanya biaya produksi akan mempengaruhi kinerja keuangan IKM.</p> <p>4) Saya merasa dengan adanya pencatatan arus kas akan berpengaruh</p>	Devani & Vega, 2022

				dalam kinerja keuangan. 5) Saya merasa dengan adanya analisis antara anggaran dan realisasi biaya akan membantu dalam kinerja keuangan.	
4.	Peningkatan Laba (Y)	Pengertian laba yang dianut oleh struktur akuntansi sekarang ini adalah laba akuntansi yang merupakan selisih pengukuran pendapatan dan biaya.	a. Modal b. Penjualan c. Jam Kerja d. Jumlah Tenaga Kerja e. Keuntungan	1) Dengan adanya peningkatan modal maka dapat menimbulkan peningkatan laba IKM. 2) Dengan adanya peningkatan penjualan maka dapat menimbulkan peningkatan laba pada IKM. 3) Jam kerja karyawan dapat membantu peningkatan laba pada IKM. 4) Jumlah tenaga kerja yang dimiliki dapat membantu peningkatan laba pada IKM. 5) Keuntungan dalam penjualan dapat membantu peningkatan laba IKM.	Ayu & Laylan, 2023

Sumber: Data diolah

D. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁹⁴ Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS). Partial Least Square (PLS) adalah sebuah model kausal (sebab akibat) yang menjelaskan pengaruh antar variabel kepada variabel konstruk.⁹⁵ Dalam teknik pengolahan data menggunakan software SmartPLS 3. Analisis PLS-SEM biasanya terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran atau sering disebut outer model dan model struktural atau sering disebut inner model. Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variable merepresentasi variabel laten untuk diukur. Sedangkan model structural menunjukkan kekuatan estimasi antar variabel laten dan konstruk.⁹⁶

1. Model Pengukuran Atau Outer Model

Model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest atau observed variable merepresentasi variabel laten untuk diukur. Rangkaian uji dalam model pengukuran atau outer model adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana suatu konsep diukur secara akurat dalam suatu penelitian kuantitatif. Validitas konstruk mengacu pada sejauh mana seperangkat item yang diukur

⁹⁴ Untari, 44.

⁹⁵ Andreas Wijaya, *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*, 1st edn (Jakarta: Innosain, 2019).

⁹⁶ Imam Ghozali & Hengky Latan, *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Semarang: Undip, 2015).

benar-benar mencerminkan konstruk laten teoretis yang dirancang untuk diukur oleh item-item tersebut.⁹⁷ Validitas konstruk terdiri dari convergent validity dan discriminant validity. Untuk mengukur convergent validity dapat diketahui melalui nilai loading factor. Loading factor menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Nilai yang diharapkan > 0.7. Menurut Chin seperti yang dikutip oleh Imam Ghozali, nilai loading antara 0,5 – 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat convergent validity. Lebih lanjut, discriminant validity berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur-pengukur (manifest variable) konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi, cara untuk menguji discriminant validity Average Variance Extracted (AVE) dengan nilai AVE yang diharapkan > 0.5 dan nilainya lebih tinggi dari variabel lainnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.0, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai composite reliability.

Syarat yang biasanya digunakan untuk menilai reliabilitas konstruk

⁹⁷ Joseph F. Hair Jr., Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel, and Vijay K. Patel, 'Modelagem de Equações Estruturais Baseada Em Covariância (CB-SEM) Com o AMOS: Orientações Sobre a Sua Aplicação Como Uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing', *Revista Brasileira de Marketing*, 13.2 (2014), 46.

yaitu composite reliability harus lebih besar dari 0,7 untuk penelitian yang bersifat confirmatory dan nilai 0,6 –0,7 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat exploratory. Kemudian, cronbach's alpha merupakan uji reliabilitas untuk memperkuat hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliable apabila memiliki nilai cronbach alpha $> 0,6$.⁹⁸

2. Model Struktural Atau Inner Model

Tujuan dari uji structural model adalah melihat korelasi antara konstruk yang diukur yang merupakan uji t dari partial least square itu sendiri. Structural atau inner model dapat diukur dengan melihat nilai R-Square model. Kemudian langkah selanjutnya adalah estimasi koefisien jalur yang merupakan nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model structural yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping dengan nilai yang dianggap signifikan jika nilai t statistic lebih besar dari 1,96 (signifikansi level 5%).

3. Uji Hipotesis

Secara umum metode *explanatory research* merupakan pendekatan metode yang menggunakan PLS. Hal ini disebabkan pada metode ini terdapat pengujian hipotesa. Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai

⁹⁸ Ananda Sabil Hussein, *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares Dengan SmartPLS 3.0* (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), 1

statistik maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96.⁹⁹ Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak jika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai $p < 0,05$.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁹⁹ Monika Palupi Murniati and others, *Alat-Alat Pengujian Hipotesis* (Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, 2013).

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

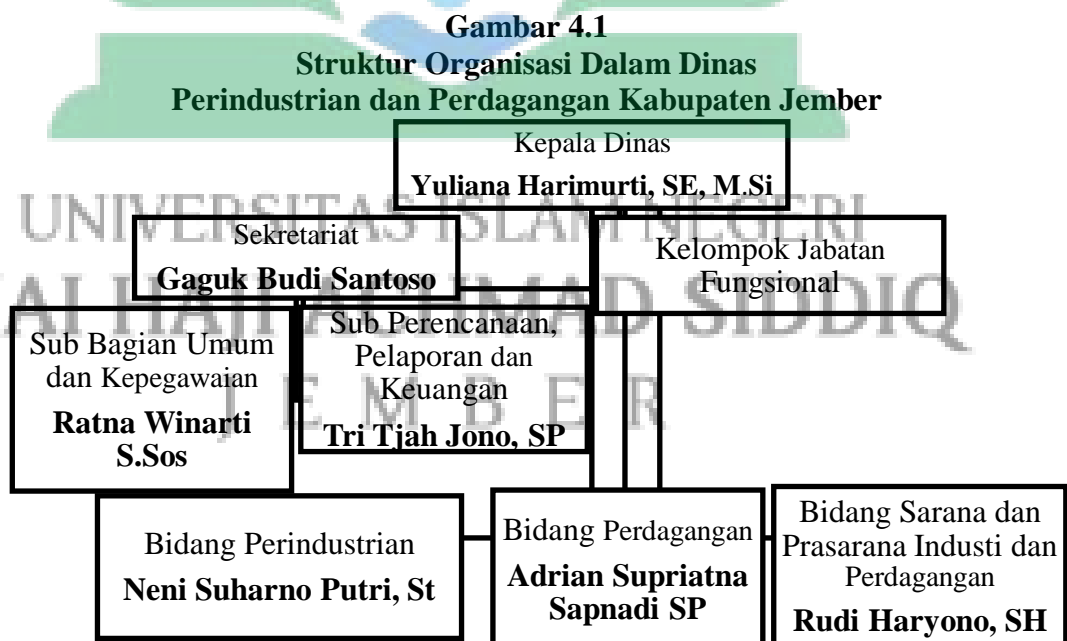
A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat IKM

Industri Kecil Menengah (IKM) adalah sub sector yang mengelola jenis-jenis industry yang berskala kecil atau menengah seperti industry rumah tangga, dan industry skala kecil lainnya yang lebih mudah untuk dibentuk oleh masyarakat terutama masyarakat ekonomi menengah ke bawah. IKM mampu memproduksi produk-produk yang berkualitas dan bernilai jual tinggi sehingga dapat dinikmati oleh masyarakat lokal maupun internasional.¹⁰⁰

2. Struktur Organisasi Dan Tugas

a. Struktur Organisasi DISPERINDAG Kabupaten Jember



Sumber: perbook DISPERINDAG

¹⁰⁰ 'Pusat Kajian Industri Kecil Menengah', *Universitas Pancasila*, 2022.

b. *Job Description*

1) Bagian Sekretariat

Mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan administrasi umum, kepegawaian, perlengkapan dan aset, penyusunan program dan keuangan serta tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

2) Sub Bagian Umum dan Kepegawaian

Sub bagian Umum dan kepegawaian mempunyai tugas diantaranya menyiapkan administrasi surat yang meliputi penerimaan, pengiriman dan pendistribusian surat, menyiapkan bahan penggandaan naskah Dinas dan pengelolaan kearsipan Dinas, menyiapkan bahan penyelenggaraan rapat-rapat Dinas, perjalanan Dinas, penerimaan tamu-tamu, keamanan dan kebersihan lingkungan dinas serta layanan kerumahtanggaan lainnya, menyiapkan bahan telaahan dan pelayanan informasi, menyiapkan dan mengkoordinasikan penyusunan analisis jabatan dan analisis beban kerja di lingkungan Dinas, menyusun rencana kebutuhan barang dan kebutuhan pemeliharaan barang, melaksanakan pelayanan administrasi dan melaksanakan pengadaan, pemeliharaan dan pendistribusian peralatan/perlengkaoran kantor, melaksanakan kegiatan penatausahaan, pengamanan dan perlindungan aset/barang milik daerah, melaksanakan pengusulan seluruh rencana kebutuhan kepegawaian dan penyelenggaraan tata usaha kepegawaian lainnya, menyusun laporan

pertanggungjawaban atas pelaksanaan tugas; dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh sekretaris.

3) Sub Bagian Perencanaan, pelaporan dan keuangan

Sub bagian Perencanaan, Pelaporan dan Keuangan mempunyai tugas yakni melaksanakan pengumpulan bahan dan pengkoordinasian penyusunan perencanaan strategis dan perencanaan tahunan OPD, melaksanakan pengumpulan, pengolahan dan penyajian data informasi OPD, melaksanakan koordinasi pelaksanaan input data pada sistem informasi perencanaan dan pelaporan daerah, melaksanakan pengumpulan bahan dan pengkoordinasian penyusunan laporan kinerja, laporan penyelenggaraan pemerintahan dan pelaporan pertanggungjawaban OPD; sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, melaksanakan koordinasi penyusunan dan pengumpulan perjanjian kinerja lingkup Dinas, menyiapkan bahan monitoring, evaluasi dan pengendalian pelaksanaan program, kegiatan dan anggaran, menyiapkan bahan dan pengkoordinasian penyusunan rencana anggaran dan rencana perubahan anggaran, melaksanakan pengelolaan anggaran belanja langsung, belanja tidak langsung, penerimaan retribusi yang menjadi kewenangan Dinas, melaksanakan koordinasi pelaksanaan input data pada sistem informasi keuangan daerah, melaksanakan koordinasi penatausahaan keuangan, melaksanakan verifikasi harian atas pertanggungjawaban keuangan, melaksanakan verifikasi kelengkapan administrasi permintaan pembayaran, menyiapkan bahan dan

pengkoordinasian rekonsiliasi data keuangan secara periodik dengan BPKAD, menyiapkan bahan monitoring realisasi penerimaan dan pengeluaran, mengumpulkan bahan, pengkoordinasian dan menidaki lanjut laporan hasil pemeriksaan, melaksanakan koordinasi dan penyusunan laporan keuangan; dan menyusun laporan pertanggungjawaban antar pelaksanaan tugas.

4) Bidang Perindustrian

Bidang perindustrian mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan dan mengkoordinasikan kegiatan pemantapan. Pembangunan sumberdaya industri, pengendalian, dan pengawasan industri, kerjasama, dan promosi investasi industri serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

5) Bidang Perdagangan

Bidang Perdagangan mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan dan mengkoordinasikan kegiatan pembinaan dan pengembangan pasar, penggunaan dan pemasaran produk lokal, pengawasan barang beredar, pengendalian barang pokok dan penting serta tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.

6) Bidang Sarana dan Prasarana Industri dan Perdagangan

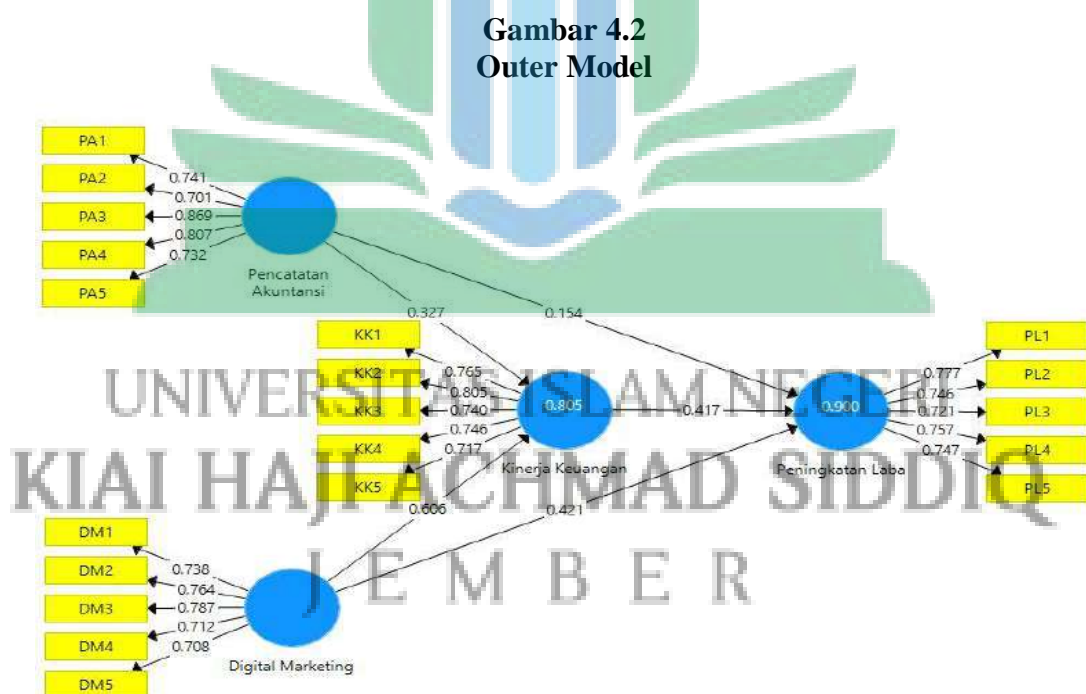
Bidang Sarana dan Prasarana Industri dan Perdagangan mempunyai tugas merencanakan, melaksanakan dan mengkoordinasikan, menyusun rencana program kegiatan pembangunan Sarana dan Prasarana

industri dan Perdagangan serta tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas.¹⁰¹

B. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisis ini dilakukan untuk menguji validitas dan reabilitas konstruk dari masing-masing indikator dimana data yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran. terdapat empat variable laten dalam model pengukuran, variable tersebut diantaranya Pencatatan Akuntansi (PA), *Digital Marketing* (DG), Kinerja Keuangan (KK) dan Peningkatan Laba (PL) berikut hasil analisis outer model:



Sumber: Output SmartPLS, Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis outer model, dapat dilakukan analisis lanjutan. Pengujian analisis selanjutnya meliputi factor konfirmatori dengan uji

¹⁰¹ Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Jember, 2023.

validitas konvergen (*Convergent Validity*), uji validitas diskriminan (*Discriminant Validity*), dan uji reabilitas (*cronbach alpha dan composite reability*).

a. Validitas

1) Corvergent Validity

a) Uji *Loading Factor* (*Outer Loading*)

Tabel 4.1
Loading Factor

	Pencatatan Akuntansi (X1)	Digital Marketing (X2)	Kinerja Keuangan (Z)	Peningkatan Laba (Y)	Ket.
PA1	0.741				Valid
PA2	0.701				Valid
PA3	0.869				Valid
PA4	0.807				Valid
PA5	0.732				Valid
DM1		0.738			Valid
DM2		0.764			Valid
DM3		0.787			Valid
DM4		0.712			Valid
DM5		0.708			Valid
KK1			0.765		Valid
KK2			0.805		Valid
KK3			0.74		Valid
KK4			0.746		Valid
KK5			0.717		Valid
PL1				0.777	Valid
PL2				0.746	Valid
PL3				0.721	Valid
PL4				0.757	Valid
PL5				0.747	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis nilai outer loading dari setiap variable laten bervariasi. Nilai outer loading untuk seluruh

indikator yang digunakan berkisar antara 0.701 sampai 0.869 dimana nilai tersebut lebih tinggi dari 0.7. hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat merefleksikan variable laten dan dinyatakan valid.

Uji validitas konvergen juga melihat nilai *average variance extracted* (AVE). nilai AVE dapat dikatakan baik jika nilai tersebut lebih dari 0.5. hal ini mengindikasikan indikator dapat dijelaskan dan dapat merefleksikan setiap variable. Hasil nilai AVE untuk setiap variable dapat dilihat sebagai berikut:

b) *Uji Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 4.2
***Average Variance Extracted* (AVE)**

	<i>Uji Average Variance Extracted</i> (AVE)
Pencatatan Akuntansi (X1)	0.596
Digital Marketing (X2)	0.551
Kinerja Keuangan (Z)	0.570
Peningkatan Laba (Y)	0.562

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil analisis AVE dari ke empat variable berkisar antara 0.551 sampai 0.596 nilai tersebut lebih dari 0.5, sehingga varian indikator dapat menjelaskan setiap variable laten. Berdasarkan nilai outer loading dan AVE. dapat disimpulkan uji validitas konvergen pada penelitian ini seluruh indikator yang merefleksikan variable laten dinyatakan valid.

b. Reabilitas

Tabel 4.3
Cronbach Alpha dan Composite reliability

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>
Pencatatan Akuntansi (X1)	0.829	0.880
Digital Marketing (X2)	0.796	0.860
Kinerja Keuangan (Z)	0.811	0.869
Peningkatan Laba (Y)	0.805	0.865

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil analisis *Cronbach Alpha* dan *Composite reliability* memiliki nilai bervariasi. Nilai *Cronbach Alpha* berkisar antara 0.796 sampai 0.829, sedangkan *Composite reliability* berkisar antara 0.860 sampai 0.880. Nilai dari kedua pengujian memiliki nilai lebih dari 0.6, maka dapat dinyatakan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variable lainnya.

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tabel 4.4
R Square

	<i>R Square</i>	Kriteria
Kinerja Keuangan	0.805	Menurut Chin (1998) dalam Ghazali & Latan, (2015) nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0.67, moderat jika lebih dari 0.33 tetapi lebih rendah dari 0.67, dan lemah jika lebih dari 0.19 tetapi lebih rendah dari 0.33.
Peningkatan Laba	0.900	

Sumber: Data diolah, 2024

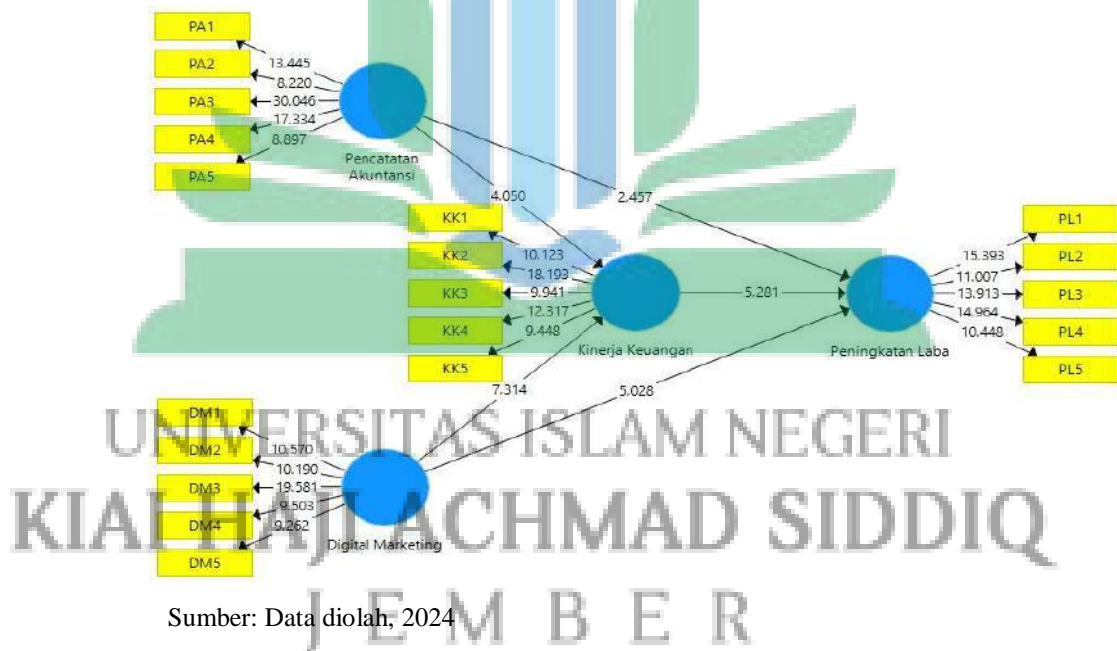
Kriteria dari kedua variabel termasuk dalam kategori modern atau cukup. Hasil nilai *R Square* untuk variabel kinerja keuangan sebesar 0.805. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh variabel pencatatan akuntansi dan *digital marketing* sebesar 80,5%, sedangkan 19,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Pada variabel Peningkatan Laba memiliki nilai *R Square* sebesar 09.00. Hal ini

menunjukkan variabel peningkatan laba dapat dijelaskan oleh variabel pencatatan akuntansi, *digital marketing* dan kinerja keuangan sebesar 90%, sedangkan 10% lainnya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

a. Hasil Analisis Bootstrapping

Hasil analisis bootstrapping dilihat dari nilai t-hitung. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel maka dapat dikatakan variabel eksogen berpengaruh terhadap variabel endogen.

Gambar 4.3
Bootstrapping



b. Pengujian Hipotesis

1) Hasil Pengaruh Langsung

Tabel 4.5
Path Coefficients

	Variabel	Original sampel	T-statistics	P-Values	Keterangan
H1	Pencatatan Akuntansi -> Peninkatan Laba	0.154	2.457	0.014	Diterima
H2	Digital Marketing -> Penigkatan Laba	0.421	5.028	0.000	Diterima
H3	Kinerja Keuangan -> Peningkatan laba	0.417	5.281	0.000	Diterima

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil analisis *bootstrapping* menunjukkan nilai yang bervariasi. Variabel pencatatan akuntansi, *digital marketing* dan kinerja keuangan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap peningkatan laba. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung pencatatan akuntansi (2.457), *digital marketing* (5.028), dan kinerja keuangan (5.281) lebih besar dari nilai t-tabel (1.96).

2) Hasil Pengaruh Tidak Langsung

Tabel 4.6
Indirect Effect

	Variabel	Original sampel	T-statistics	P-Values	Ket.
H4	Pencatatan Akuntansi -> Kinerja Keuangan -> Peninkatan Laba	0.137	3.254	0.001	Diterima
H5	Digital Marketing -> Kinerja Keuangan -> Penigkatan Laba	0.253	4.044	0.000	Diterima

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil analisis menunjukkan nilai bervariasi. Variabel pencatatan akuntansi dan *digital marketing* berpengaruh signifikan secara tidak langsung melalui variabel kinerja keuangan terhadap peningkatan laba. Hal ini dapat dilihat dari nilai t-hitung pencatatan

akuntansi (3.254) dan *digital marketing* sebesar (4.044) lebih besar dari nilai t-tabel (1.96).

Berdasarkan tabel maka dapat ditarik kesimpulan dari analisis pengaruh langsung dan tidak langsung sebagai berikut:

a) Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba

Hasil koefisien parameter 0.154, nilai t-statistik 2.457 > 1.96, dan nilai p-value 0.014 < 0,05 dapat diartikan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pencatatan akuntansi secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan laba.

b) Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Laba

Hasil koefisien parameter 0.421, nilai t-statistik 5.028 > 1.96, dan nilai p-value 0.000 < 0.05 dapat diartikan H2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan laba.

c) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba

Hasil koefisien parameter 0.417, nilai t-statistik 5.281 > 1.96, dan nilai p-value 0.000 < 0,05 dapat diartikan H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan laba.

- d) Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan.

Hasil koefisien parameter 0.137, nilai t-statistik 3.254 > 1.96, dan nilai p-value $0.001 < 0,05$ artinya H4 diterima.

Maka disimpulkan bahwa pengaruh tidak langsung antara pencatatan akuntansi melalui kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan laba.

- e) Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan.

Hasil koefisien parameter 0.253, nilai t-statistik 4.044 > 1.96, dan nilai p-value $0.001 < 0,05$ artinya H5 diterima.

Sehingga disimpulkan bahwa *digital marketing* secara tidak langsung melalui kinerja keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap peningkatan laba.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pencatatan akuntansi dan *digital marketing* terhadap peningkatan laba dengan kinerja keuangan sebagai variable mediasi pada IKM Jember. Peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku IKM yang terdaftar pada DISPERINDAG Kabupaten Jember sebanyak kuesioner.

Hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dengan menggunakan alat analisis Smart-PLS dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba pada IKM Jember.

Ayu & Laylan, menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba pada UMKM di Kabupaten Deli Serdang, yang memiliki arti semakin efektif penerapan pencatatan akuntansi yang diterapkan maka laba UMKM akan meningkat.¹⁰² Larasati juga mengatakan bahwa pencatatan akuntansi berpengaruh positif terhadap efisiensi pendapatan.¹⁰³

Diketahui pada tabel 4.6 pengaruh langsung pencatatan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan laba, sehingga H1 dinyatakan diterima. Hal tersebut dapat dinyatakan dalam penelitian ini ketika pencatatan akuntansi memang memiliki dampak pada peningkatan laba dan pencatatan akuntansi digunakan IKM untuk mengetahui perkembangan laba pada usahanya. Penerapan pencatatan akuntansi pada suatu usaha sangatlah penting karena membantu memahami pemasukan dan juga pengeluaran, yang berguna untuk mengukur laba yang dihasilkan dan mendeteksi seberapa baik kinerja usaha, dimana bersamaan dengan meningkatnya kinerja usaha maka juga akan meningkatkan laba usaha.¹⁰⁴ Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayu & Laylan dan Larasati yang

¹⁰² Sari and Syafina, 12.

¹⁰³ Larasati and Ratih Anggraini Siregar, 'Pengaruh Pemahaman Pencatatan Akuntansi Dan Kesiapan Modal Terhadap Efisiensi Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pedagang Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di UMKM Kota Medan)', *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2.1 (2023), 177.

¹⁰⁴ Sari and Syafina, 12.

mengungkapkan pencatatan akuntansi berpengaruh positif secara langsung terhadap peningkatan laba.

2. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Laba pada IKM Jember.

Digital marketing yakni cara pemasaran yang sering dilakukan pada era sekarang karena dianggap lebih efektif dan efisien. Tujuan dari *digital marketing* untuk menarik konsumen atau calon konsumen secara cepat. Dengan kemajuan teknologi *digital* seperti saat ini sangat memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai kegiatan sehari-hari tidak terkecuali pada pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi digital untuk melakukan penjualan suatu produk.¹⁰⁵

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.6 menunjukkan pengaruh langsung antara *digital marketing* dengan peningkatan laba mempunyai pengaruh positif dan signifikan, sehingga dapat dinyatakan H2 diterima. Dengan penerapan *digital marketing* laba mengalami penurunan juga kenaikan.

Salah satu platform publikasi yang berdampak pada semua jenis kegiatan adalah

Digital Marketing, karena calon konsumen dapat berbelanja dengan mudah dan nyaman melalui *online* di era globalisasi seperti sekarang ini, disebabkan kemudahan tersebut, maka calon konsumen sering kali lebih suka berbelanja *online* melalui *Digital Marketing*. Selain itu *Digital Marketing* juga dapat memudahkan konsumen untuk menilai produk yang dihasilkan UMKM, sehingga hal tersebut dapat membantu pelaku usaha menjadi lebih baik

¹⁰⁵ Akbar and Irfani, 'Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk UMKM Di Kabupaten Wajo', *Jurnal Mirai Management*, 7.2 (2022), 226–32.

dan berkembang. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh marjulin yang menyatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif terhadap peningkatan laba.¹⁰⁶

3. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba pada IKM Jember.

Kinerja keuangan dilakukan untuk mempermudah manajemen dalam mengevaluasi laporan keuangan dan mempermudah manajemen untuk mengambil keputusan dalam usaha yang dilakukan. Sela & Lilis menyatakan dalam penelitiannya bahwa kinerja keuangan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan Laba.¹⁰⁷

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan pengaruh langsung antara kinerja keuangan terhadap peningkatan laba terdapat pengaruh positif yang signifikan, sehingga H3 dinyatakan diterima. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini kinerja keuangan pada IKM Jember dapat mempengaruhi peningkatan laba. Pada dasarnya kinerja keuangan berperan penting karena digunakan sebagai indikator penilaian baik atau buruknya kondisi keuangan dan presentasi kerja suatu perusahaan dalam waktu tertentu. Maka dari itu jika kinerja keuangan pada suatu usaha dikatakan baik maka dapat berpengaruh pada peningkatan laba pada usaha tersebut.

¹⁰⁶ Marjulin dkk, B6.

¹⁰⁷ Sela Okta Anggraeni and Lilis Ardini, 'Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Deviden, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Petumbuhan Laba', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9.8 (2020), 1–16.

Hasil ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ali Wayrooy tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap pertumbuhan laba menyatakan bahwa ketika kinerja keuangan meningkat maka pertumbuhan laba akan meningkat.¹⁰⁸

4. Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan pada IKM Jember.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.7 memperlihatkan secara tidak langsung keterlibatan pencatatan akuntansi dengan dimediasi kinerja keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan laba, sehingga dapat dinyatakan bahwa H4 diterima. Sehingga dapat dibuktikan bahwa pencatatan akuntansi yang dimediasi oleh kinerja keuangan dapat berpengaruh pada peningkatan laba. Sebab dengan melakukan pencatatan akuntansi dengan benar maka penyampaian informasi keuangan lebih efektif dan tepat, sehingga menghasilkan laporan keuangan yang lebih berkualitas dan laporan keuangan tersebut dapat dijadikan bahan evaluasi dengan melihat kinerja keuangan untuk pengambilan keputusan pada suatu usaha sehingga dapat berpengaruh pada peningkatan laba.

Hal ini sejalan dengan penelitian Somathilake HMDN & Ranathunga KGKD yang menyatakan bahwa pencatatan akuntansi berpengaruh pada kinerja keuangan karena menyusun laporan keuangan

¹⁰⁸ Muhamad Ali Wairooy, 'PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PT. SEMEN TONASA (Persero) DI KABUPATEN PANGKEP', *Jurnal Ekonomi Balance*, 15.2 (2019), 65.

dan kinerja keuangan dilakukan untuk mengungkapkan kesehatan keuangan dalam hal keuntungan, posisi dan prospek seperti pada data tertetu.¹⁰⁹

5. Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan pada IKM Jember.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 didapatkan secara tidak langsung digital marketing dengan dimediasi kinerja keuangan memiliki dampak signifikan atas peningkatan laba, sehingga dapat dinyatakan bahwa H5 diterima. Hal ini membuktikan bahwa jika *digital marketing* dimediasi kinerja keuangan akan berdampak pada peningkatan laba. *Digital marketing* dapat membantu mempromosikan produk dalam kegiatan usaha dan banyak para pelaku bisnis yang pendapatan penjualan cenderung meningkat melalui promosi produk yang berkualitas lewat *digital marketing*.¹¹⁰ Dengan melalui kinerja keuangan *digital marketing* berpengaruh secara signifikan karena kinerja keuangan akan membantu mengevaluasi apakah tindakan yang dilakukan pada usaha tersebut sudah efektif atau belum.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Larissa adella oktaviana mengatakan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan.

¹⁰⁹ Somathilake HMDN and Ranathunga KGKD, 'The Effect of Accounting Record Keeping Practices on Financial Performance: Special Reference to Small and Medium Enterprises in Anuradhapura District', *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 05.08 (2021), 258–64.

¹¹⁰ Adella and Rio, 87.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya maka diperoleh kesimpulan mengenai analisis pencatatan akuntansi dan *digital marketing* dengan mediasi kinerja keuangan terhadap peningkatan laba pada IKM Jember. Kesimpulan ini adalah:

1. Dimana dalam penelitian ini membuktikan bahwa melakukan pencatatan akuntansi pada suatu usaha dapat meningkatkan laba usaha pada IKM Jember.
2. Pengaruh *digital marketing* memiliki dampak positif pada peningkatan laba. Beberapa IKM Jember juga menerapkan *digital marketing* pada usahanya dan berdampak positif pada usaha yang dijalankan.
3. Dalam penelitian ini membuktikan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan dengan mengevaluasi beberapa aktivitas dan laporan keuangan pada usaha sehingga dapat meningkatkan laba IKM Jember
4. Kinerja keuangan mampu memediasi variabel pencatatan akuntansi terhadap peningkatan laba sehingga kegiatan usaha yang dilakukan dapat berjalan efektif dan efisien.
5. Kinerja keuangan mampu memediasi variabel *digital marketing* dalam meningkatkan laba IKM sehingga jika memaksimalkan *digital marketing* pada usahanya IKM akan dapat terus meningkatkan laba usaha.

6. Dapat disimpulkan bahwa jika IKM dapat memaksimalkan pencatatan akuntansi, *digital marketing* dan kinerja keuangannya maka dapat berpengaruh secara signifikan pada peningkatan laba.

B. Saran-Saran

Selama mengerjakan penelitian ini peneliti mengalami kendala dalam mendapatkan data kuesioner, dimana peneliti mengumpulkan kuesioner dengan memanfaatkan media online sehingga responden merasa bahwa kuesioner yang diberikan merupakan kuesioner yang berbahaya dan terdapat beberapa responden yang mengalami kesulitan dalam pengisian kuesioner online tersebut. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan membahas variabel yang tidak diterapkan dalam variabel penelitian ini, menambah variabel lain atau peran mediasi variabel kinerja keuangan menjadi variabel moderasi sehingga penelitian selanjutnya lebih variatif dan penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara offline agar IKM yang terdaftar pada DISPERINDAG percaya bahwa kuesioner yang diberikan memang digunakan untuk penelitian.

Implikasi penelitian ini bagi pelaku IKM dapat lebih focus pada pencatatan akuntansi dan *digital marketing* agar meningkatkan laba pada usahanya. Karena pada era saat ini pelaku usaha banyak yang mempromosikan barang dagangannya melalui system *digital marketing* agar dapat di jangkau oleh masyarakat luas. Hal ini juga harus diimbangi oleh pencatatan akuntansi yang baik dan benar dan diperlukannya kinerja keuangan untuk mengevaluasi strategi-strategi yang dilakukan perusahaan apakah sudah berjalan dengan baik dan mempengaruhi laba perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Muhammad Ichsan Siregar, and Muhammad Hidayat, 'Analisis Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun 2016-2020', *Riset and Jurnal Akuntansi*, 7.3 (2023), 2711–2718.
- Adella, Larissa, and Maria Rio, 'Digitalisasi UMKM, Literasi Keuangan, Dan Kinerja Keuangan: Study Pada Masa Pandemi Covid-19', *Journal of Business and Banking*, 11.1 (2021), 73–92.
- Akbar, and Irfani, 'Analisis Pemanfaatan Digital Marketing Terhadap Penjualan Produk UMKM Di Kabupaten Wajo', *Jurnal Mirai Management*, 7.2 (2022), 226–32.
- Anggraeni, Sela Okta, and Lilis Ardini, 'Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Deviden, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Petumbuhan Laba', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9.8 (2020), 1–16.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, VI (Jakarta: Rineka Cipta, 2011).
- Aryadi, Heri, and Wahyuni Wahyuni, 'Tinjauan Prosedur Pembelian Barang Di Bagian Purchasing Pada PT. Duraconindo Pratama Jakarta', *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16.02 (2019), 225–36.
- Azid, Raka Malik, 'Analisis Peran Emosi Positif Pada Perilaku Impulse Buying Generasi Z Banyuwangi', 9.1 (2024), 134–51.
- Badan perencanaan pembangunan daerah kota malang, *Pengembangan Pola Kemitraan Antara Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dan Industri Kecil Menengah (IKM) Kota Malang* (Malang: BARENLITBANG, 2016).
- Chakti, Andi Gunawan, *The Book Of Digital Marketing* (Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019).
- Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Jember*, 2023.
- Djannah, Raudatul, and Triyonowati, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Food and Beverages', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6.7 (2017), 1–16.
- Dkk, Hamdan Firmansyah, *Analisis Laporan Keuangan* (Cirebon: Insania, 2021).
- Eunike, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi, 'Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi)', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10.3 (2022), 953.
- Fadil, Muhammad, 'Pengertian IKM', *Klik Pajak*, 2020
<https://klikpajak.id/blog/mengenal-ikm>

- Fawaid, Ahmad, 'Pengaruh Digital Marketing System, Terhadap Daya Saing Penjualan Susu Kambing Etawa', *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4.1 (2017). 105-119.
- Fitrianisa, Zhanalia, Siti Hidayati, and Sugianto Sugianto, 'Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia', *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 2.1. 2021. 1-16.
- Ghozali, Imam, and Hengky Latan, *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2015).
- Goel, Richa, Seema Sahai, Chitra Krishnan, Gurinder Singh, Chitra Bajpai, and Priyanka Malik, 'An Empirical Study to Enquire the Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age with Reference to Indian Economy', *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 25.4 (2017), 1569–84.
- Gunardi, Agus Rahayu, and Lili Adi Wibowo, 'Analisa Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Fashion Di Kota Bandung', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 3.1 (2020), 61–68.
- Hair Jr., Joseph F., Marcelo Luiz Dias da Silva Gabriel, and Vijay K. Patel, 'Modelagem de Equações Estruturais Baseada Em Covariância (CB-SEM) Com o AMOS: Orientações Sobre a Sua Aplicação Como Uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing', *Revista Brasileira de Marketing*, 13.2 (2014).
- HMDN, Somathilake, and Ranathunga KGKD, 'The Effect of Accounting Record Keeping Practices on Financial Performance: Special Reference to Small and Medium Enterprises in Anuradhapura District', *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 05.08 (2021), 258–64.
- Hussein, Ananda Sabil, *Penelitian Bisnis Dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares Dengan SmartPLS 3.0* (Malang: Universitas Brawijaya, 2015).
- Indonesia, Machine Vision, 'Laju Pertumbuhan Industri Manufaktur', *Machinevision*, 2022. <https://www.machinevision.global/post/laju-pertumbuhan-industri-manufaktur>.
- IQBAL, Muhammad, 'Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan Pada Usaha Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Di Aceh)', *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 7.2 (2021), 83–93.
- Jamin, 'Analisa Hukum Islam Terhadap Keuntungan Dalam Jual Beli (Telaah Kritis Sirkulasi Ekonomi Dalam Transaksi Penjualan)', *LABATILA (Jurnal Ilmu Ekonomi Islam)*, 3.1 (2019), 97–114.
- Jember, Panitia Penyusun Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2020).

- Katharina, Ninta, Christine Christine, Ferida Wijaya, and Chryseis Clarissa Clorinda, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019', *Warta Dharmawangsa*, 15.1 (2021), 128–146.
- Krisnawati, Indah, Ibnu Auf Ubaidi, Hanif Rais, and Reminta Lumban Batu, 'Strategi Digital Marketing Dalam Perdagangan Hasil Tani Untuk Meningkatkan Pendapatan Kabupaten Karawang', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10.2 (2019), 70–75.
- Kristanto, Sofia Prima Dewi & Septian Bayu, *Akuntansi Biaya, Akuntansi Biaya* (Jakarta: In Media, 2013).
- Larasati, and Ratih Anggraini Siregar, 'Pengaruh Pemahaman Pencatatan Akutansi Dan Kesiapan Modal Terhadap Efisiensi Pendapatan UMKM (Studi Kasus Pedagang Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di UMKM Kota Medan)', *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2.1 (2023), 169–178.
- M.F, Hidayatullah., Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, and nur ika Mauliyah, 'Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan TikTok Pada Butik Dot.Id', *Human Falah*, September, 2022, 8–31.
- Marjulin, M, H Hilmi, T Mustaqim, E Elvina, and ..., 'Dampak Penggunaan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Aceh', *Prosiding Seminar ...*, 6.1 (2022), 1–6.
- Maruta, Heru, 'Pengertian, Kegunaan, Tujuan Dan Langkah-Langkah Penyusunan Laporan Arus Kas', *JAS (Jurnal Akuntansi Syariah)*, 1.2 (2017), 238–257.
- Maryati, Eri, and dll, 'Pengaruh Debt To Equiti Ratio Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba (Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)', *JIMA Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, VOL.2, NO.1 (2022), 22–31.
- Mekari, 'Metode Sistem Pencatatan Akuntansi', *Jurnal.Id*, 2023. <https://www.jurnal.id/id/sistempencatatanakuntansi/#:~:text=Pencatatan akuntansi adalah segala aktivitas,untuk mengetahui situasi performa bisnis.>
- Mentang, Fanda, Harijanto Sabijono, and Sonny Pangerapan, 'Analisis Penyusunan Anggaran Dan Realisasi Belanja Daerah Pada Badan Perencanaan Penelitian Dan Pengembangan Daerah Kota Manado', *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi*, 15.2 (2020), 131.
- Muhammad, Oleh :, Reza Ramdani, Masruhi Kamidin, and) As'ad Ajmal, 'Implementasi Sak-Etap Pada Umkm Warkop Di Kota Makassar', *Jurnal RAK (Riset Akuntansi Keuangan)*, 3.2 (2018), 1–19.
- Muhammad Ryan Darmala., Adil Setiawan., & Nur Fadhila Amri, 'Pengaruh Internet Banking Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Keuangan Bank BNI Syariah Makassar', *Economic Bosowa Journal*, 5.003 (2019), 722–734.

- Murniati, Monika Palupi, Vena Purnamasari, Stephana Dyah Ayu R, Agnes Advensia C, Ranto Sihombing, and Yusni Warastuti, *Alat-Alat Pengujian Hipotesis* (Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata, 2013), xv.
- Ngatono, *Analisis Data Variabel Mediasi Dan Moderasi* (Yogyakarta: CV. Farisma Indonesia, 2015).
- Ni Nyoman Yuliati, Sofiati Wardah, and Baiq Widuri, 'Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada UMKM Kerupuk Kulit Tradisional Kelurahan Seganteng)', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, 2.2 (2019). 173-185.
- Pinasti, Margani, 'Pengaruh Penyelenggaraan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2007), 1689-1699.
- Prasetyo, Dody Bayu, 'Deskranda Jember Dorong Produk UMK-IKM Berdaya Jual Tinggi', *Timesindonesia.Co.Id*, 2020. <https://timesindonesia.co.id/ekonomi/292121/deskranda-jember-dorong-produk-umkikm-berdaya-jual-tinggi>.
- Pratiwi, Ana, and Fitriatul Muqmiroh, 'PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI INDONESIA', 2.September 2022 (2020).
- 'Pusat Kajian Industri Kecil Menengah', *Universitas Pancasila*, 2022.
- Putri, Devani Nindia, and Vega Wafaretta, 'Praktik Akuntansi Manajemen Dan Kinerja Usaha Mikro Kerajinan Di Kabupaten Bondowoso Pada Masa Pandemi', *Jurnal Wahana Akuntansi*, 17.2 (2022), 159-175.
- Radarjember.id, 'Diperlukan Data Base UKM', *Radarjember.Jawapos.Com*, 2021. <https://radarjember.jawapos.com/ekonomi-bisnis/791102914/diperlukan-data-base-ukm>.
- Rais.R, Muhammad, 'Analisis Sistem Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kota Baubau', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 2.1 (2019), 60-71.
- Ratnasari, Andri, and Drs H Kirwani, 'Peranan Industri Kecil Menengah (Ikm) Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Kabupaten Ponorogo', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1.3 (2020), 11-17.
- Rauf, Abdul, Sardjana Orba Manullang, Tri Endi Ardiansyah, Fara Diba, Ilham Akbar, Robi Awaluddin, and others, *Digital Marketing: Konsep Dan Strategi* (Cirebon: Insania, 2021).
- Republik Indonesia, Departemen Agama, *Al-Quran Dan Terjemahan* (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro).
- Riesmiyantiningtias, Ninuk, and Ade Onny Siagian, 'Analisis Laporan Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Pt. Midi Utama Indonesia Tbk', *Jurnal AKRAB JUARA*, 5.4 (2020), 244-54.

- Rita, Maria Rio, and Mohamad Nur Utomo, 'An Entrepreneurial Finance Study: MSME Performance Based on Entrepreneurial and Financial Dimensions', *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 23.2 (2019), 217–234.
- Riyanto, Andi Dwi, 'Hootsuite (We Are Social) Indonesian Digital Report 2023', 2023. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Sahla, Widya Ais, *Akuntansi Biaya* (Yogyakarta: Deepublish, 2020)
- Sánchez-Franco, Manuel J., Begoña Peral-Peral, and Ángel F. Villarejo-Ramos, 'Users' Intrinsic and Extrinsic Drivers to Use a Web-Based Educational Environment', *Computers and Education*, 74 (2014), 81–97.
- Sari, Ayu Permata, and Laylan Syafina, 'Applying Accounting Records and Digital Marketing Increase SME's Profits', *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 9.1 (2023), 1–18.
- Sari, Novi Puspita, 'Analisis Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Keripik Pesona Rasa Di Kabupaten Lumajang' (UIN KHAS Jember, 2019).
- Savitri, Rosita Vega, and Saifudin, 'Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah', *Analisis Standar Pelayanan Minimal Pada Instalasi Rawat Jalan Di RSUD Kota Semarang*, 3 (2018), 103–111.
- Setiawan, Rahmat, Rizky Arnando Prataman, and Vicky Sanjaya, 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Laba Umkm (Studi Kasus: Kecamatan Ulubelu Kabupaten Tanggamus)', *Jurnal Ekonomak*, 7.3 (2021), 43–48.
- Siregar, Siti Aisyah, *Belajar Mudah Akuntansi Dasar* (Indonesia: Bao Publishing, 2018).
- Siringoringo, Naomi Febrianti, Arthur Simanjutak, Rike Yolanda Panjaitan, and Melanthon Rumapea, 'Pengaruh Account Receivable Turnover, Debt To Asset Ratio, Dan Dividend Payout Ratio Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020', *Jurnal Manajemen*, 8.1 (2022), 135–154.
- Srtastatik, Badan Pusat, 'BPS Provinsi Jawa Timur', *Jatim.Bps.Go.Id*, 2021. <https://jatim.bps.go.id/statictable/2021/06/09/2156/jumlah-perusahaan-tenaga-kerja-investasi-dan-nilai-produksi-pada-industri-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur-2019-html>.
- Statistik, Badan Pusat, *Statistik Indonesia 2012 (Statistical Yearbook Of Indonesia 2012)* (Jakarta: Badan Pusat Statistik (BPS), 2012).
- Subagiyo, Rokhamat, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Penerapan (1st Ed.)* (Jakarta: Alim's Publising, 2017).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dari R & D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

- Sugiyono, D., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Suparman, Dadang, 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri)', *Jurnal Ekonomedia*, Vol. 07 No.2 (2018), 2.
- Susanti, Yuli, Sri Mintarti, and Set Asmapane, 'Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Dan Kualitas Auditor Eksternal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Akuntabel*, 15.1 (2018). 1-11.
- Tarigan, Sanjaya dan R. Josua, *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang* (Jakarta: PT Alex Media Komputindo, 2009).
- TubasMedia, 'Beragam Tantangan Dan Permasalahan Yang Dihadapi IKM Mengembangkan Usaha', *Tubas Media.Com*, 2022. <https://www.tubasmedia.com/beragam-tantangan-dan-permasalahan-yang-dihadapi-ikm-menembangkan-usaha/?amp-1>.
- Ulan, Komariah, Agung Kresnamurti Rivai P, and Dewi Agustin Pratama Sari, 'Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai Intervening: Studi Pada Produsen Dessert Box', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3.2 (2022), 354–373.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Press, 2014).
- Untari, Dhian Tyas, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi Dan Bisnis* (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2018).
- Wairooy, Muhamad Ali, 'PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN LABA PADA PT. SEMEN TONASA (Persero) DI KABUPATEN PANGKEP', *Jurnal Ekonomi Balance*, 15.2 (2019), 52–68.
- Wijaya, Andreas, *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*, 1st edn (Jakarta: Innosain, 2019).
- Wikipedia, 'Jurnal Akuntansi', 2023. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jurnal_\(akuntansi\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jurnal_(akuntansi)).
- Yuliandhari, R, P Isyanto, and D Yani, 'Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Pelaku Usaha UMKM Tanaman Hias Twyla Flower Karawang', ... *Manajemen, Bisnis Dan ...*, 2.3 (2023). 227-231.

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode	Alat Analisis	Rumusan Masalah
Pengaruh Pencatatan Akuntansi dan <i>Digital Marketing</i> Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba IKM Jember	<ol style="list-style-type: none"> Pencatatan Akuntansi <i>Digital Marketing</i> Kinerja Keuangan Peningkatan Laba 	<p>Pencatatan Akuntansi</p> <ol style="list-style-type: none"> Bukti Transaksi Jurnal Buku Besar Lap. Posisi Keuangan Lap. Laba Rugi (CALK) <p>Digital Marketing</p> <ol style="list-style-type: none"> Accessibility Interactivity Entertainment Credibility Informativeness <p>Kinerja Keuangan</p> <ol style="list-style-type: none"> Pencapaian Dalam Penjualan Produk Peningkatan Laba atau Profit Pencapaian Target Pendapatan <p>Peningkatan Laba IKM</p> <ol style="list-style-type: none"> Modal Penjualan Jam Kerja Jumlah Tenaga Kerja Keuntungan 	<p>Data Primer: dengan penyebaran kuesioner menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dengan kategori sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> IKM yang tercatat pada DISPERINDAG Kabupaten Jember IKM yang sudah menerapkan pencatatan akuntansi IKM yang sudah menerapkan <i>Digital Marketing</i> data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jember 	<p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan explanatory reseach (bertujuan untuk mengetahui hasil hubungan yang dihipotesiskan)</p>	<p>Menggunakan smart PLS 3</p>	<ol style="list-style-type: none"> Apakah Ada Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba? Apakah Ada Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Laba? Apakah Ada Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba? Apakah Ada Pengaruh Pencatatan Akuntansi Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan? Apakah Ada Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Peningkatan Laba Melalui Kinerja Keuangan?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Univesitas : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember,
Saya yang menyatakan



Denovit Gustian Fasha
NIM. 205105030018

A. Data Responden

Mohon melengkapi identitas diri bapak/ibu/saudara/saudari dengan mengisi:

1. Nama IKM (Industri Kecil Menengah)
2. Jenis IKM (usaha yang dijalankan)

B. Instrumen Penelitian

Pilih jawaban yang menurut bapak/ibuk/saudara/saudari yang sesuai dengan yang dilakukan pada usahanya.

- 1 = Tidak Setuju (TS) 4 = Setuju (S)
2 = Kurang Setuju (KS) 5 = Sangat Setuju (SS)
3 = Cukup Setuju (CS)

1. Pencatatan Akuntansi (X1)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Dalam laporan pembukuan saya menyertakan bukti transaksi.					
2	Dalam laporan keuangan saya membuat jurnal terhadap pencatatan akuntansi.					
3	Selain jurnal saya juga membuat buku besar dalam pencatatan akuntansi.					
4	Saya merasa laporan keuangan dapat mendukung dalam peningkatan laba IKM saya.					
5	Saya merasa laporan laba rugi dapat saya gunakan untuk mengetahui peningkatan laba.					

2. *Digital Marketing (X2)*

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya merasa perlu adanya <i>accessibility</i> dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.					
2	Saya merasa perlu ada <i>interactivity</i> (komunikasi dua arah antara konsumen dengan penjual) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.					
3	Saya merasa perlu adanya <i>entertainment</i> (kemampuan beriklan) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.					
4	Saya merasa perlu ada <i>credibility</i> (kepercayaan) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.					
5	Saya merasa perlu adanya <i>informativiness</i> (menyuplai informasi kepada konsumen) dalam <i>digital marketing</i> sebagai upaya peningkatan laba.					

3. Kinerja Keuangan (Z)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Saya merasa dengan adanya peningkatan dalam penjualan produk akan berpengaruh pada kinerja keuangan.					
2	Saya mersa dengan adanya pembelian bahan baku untuk persediaan akan mempengaruhi kinerja keuangan IKM.					
3	Saya merasa dengan adanya biaya produksi akan mempengaruhi kinerja keuangan IKM.					

4	Saya merasa dengan adanya pencatatan arus kas akan berpengaruh dalam kinerja keuangan.					
5	Saya merasa dengan adanya analisis antara anggaran dan realisasi biaya akan membantu dalam kinerja keuangan.					

4. Peningkatan Laba (Y)

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
1	Dengan adanya peningkatan modal maka dapat menimbulkan peningkatan laba IKM.					
2	Dengan adanya peningkatan penjualan maka dapat menimbulkan peningkatan laba pada IKM.					
3	Jam kerja karyawan dapat membantu peningkatan laba pada IKM.					
4	Jumlah tenaga kerja yang dimiliki dapat membantu peningkatan laba pada IKM.					
5	Keuntungan dalam penjualan dapat membantu peningkatan laba IKM.					

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-165 /Un.22/7.a/PP.00.9/09/2023
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

20 September 2023

Kepada Yth.
Kepada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Jember
Jl. Kalimantan No. 82 Jember Jawa Timur

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Akuntansi Syariah

Meminta data IKM untuk Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Pencatatan Akuntansi dan Digital Marketing Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba IKM Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,
Nuru Syahyawati Islami Rahayu





PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jl. Kalimantan No.82 ☎ (0331) 334497 – JEMBER 68121

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 / 220 / 135.09.331/IV/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Neni Suharno Putri, ST
NIP : 19830912 200604 2 018
Pangkat,Gol : Penata Tingkat I / IIIId
Jabatan : Kepala Bidang Perindustrian
Unit Kerja : DISPERINDAG Kabupaten Jember

Menerangkan Bahwa Nama di bawah ini

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi / Fakultas : Akuntansi syariah
: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi pada tanggal 20 September – 30 Desember 2023 dengan judul **Pengaruh Pencatatan Akuntansi Dan Digital Marketing Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba IKM Jember.**

Demikian surat ini untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 26 April 2024
An.KEPALA DINAS
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN JEMBER
Kepala Bidang Perindustrian



NENI SUHARNO PUTRI, ST
Penata Tingkat I
NIP. 19830912 200604 2 018

JURNAL PENELITIAN

No	Tanggal	Uraian Kegiatan
1	18 September 2023	Penyusunan Proposal
2	20 September 2023	Penyerahan Surat Izin Penelitian
3	1 November 2023	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal
4	29 November 2023	Ujian Seminar Proposal
5	1 Desember 2023	Penyebaran Kuesioner
6	7 Februari 2024	Analisis Data
7	17 Februari 2024	Penyusunan Naskah Skripsi



Peneliti

Denovit Gustian Fasha

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PENYEBARAN KUESIONER

Penyebaran kuesioner via google form :

<https://forms.gle/K3vyUYNFzQnFHofT9>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

TABULASI DATA

No	Pencatatan Akuntansi (X1)					Digital Marketing (X2)					Kinerja Keuangan (Z)					Peningkatan Laba (Y)				
	PA1	PA2	PA3	PA4	PA5	DG1	DG2	DG3	DG4	DG5	KK1	KK2	KK3	KK4	KK5	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	1	4	4	4	4	3	5	4	3	3	1
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	3	2	2	1	2	1	2	2	3	3	4	3	3	2	1	4	3	1	3	2
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5
6	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	3	5	5	3	3	4	4	5	5	4
8	4	4	2	1	2	2	3	4	2	5	2	3	3	4	1	4	2	1	3	5
9	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5
10	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	5	4	1	3	5	1	4	2
11	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
12	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5
13	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5
16	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	5	4
17	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
18	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
19	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	3	5	3	2	3	4	3	1	5	3	5	3	3	3	3	4	3	1	3	3
22	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3
23	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4
24	4	5	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3
25	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
26	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	4	4
27	3	5	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	1	4	1
28	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2
29	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2
30	3	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
31	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4

32	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5
33	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
34	3	5	3	4	5	4	2	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	3	4
35	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
36	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5
37	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3
38	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
39	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3
40	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
41	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5
42	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5
43	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4
44	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2
45	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
46	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4
47	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4
48	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	2	3	4	4	3
49	4	4	3	4	3	3	5	4	4	2	3	3	4	4	4	4	5	3	3	2
50	3	4	4	5	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	3	4	5	5	4	4
51	3	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2
52	4	4	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	1
53	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
54	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
55	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
56	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
57	4	3	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
58	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
59	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5
60	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	2
61	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
62	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
63	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
64	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	4	3	5

65	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
66	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
67	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
68	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
69	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
71	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	4	3	3	2	3	4	2	4
72	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	2

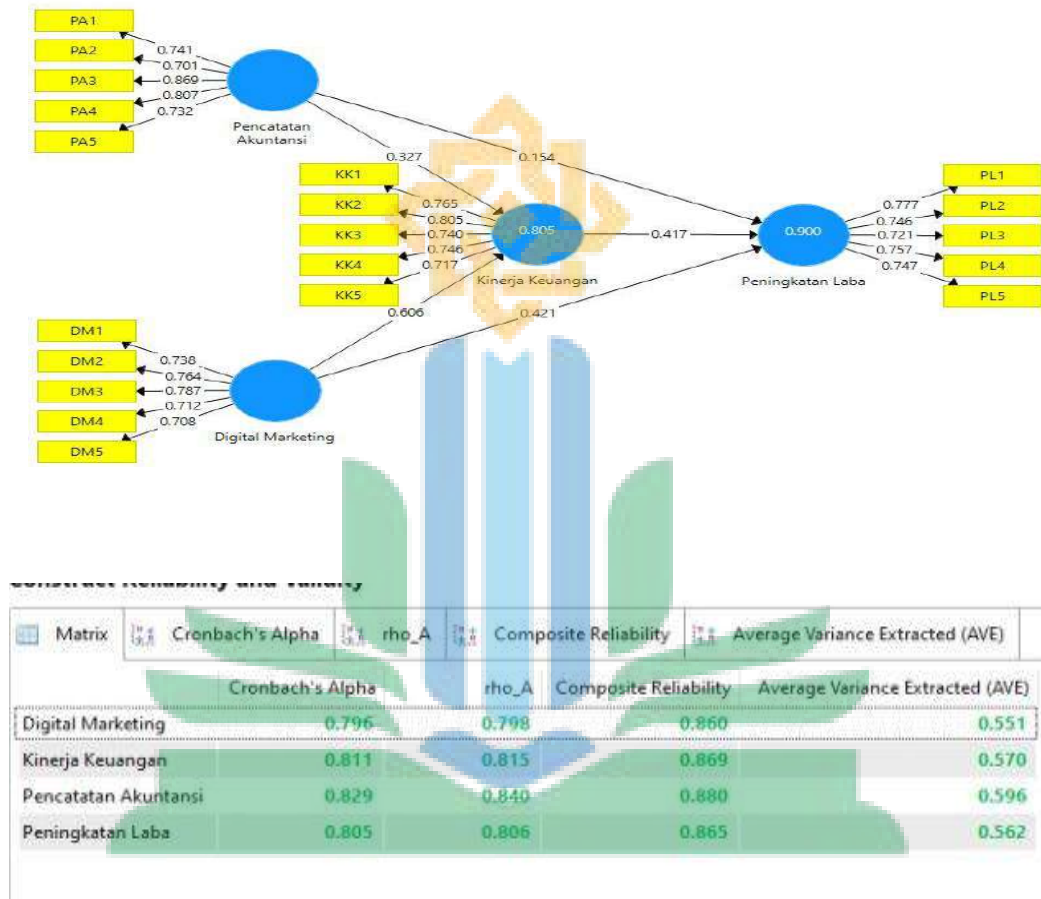


UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Hasil Olah Data SmartPLS

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

Uji Validitas dan Reabilitas



Uji Model Struktural (Inner Model)

a. R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
Kinerja Keuang...	0.805	0.799
Peningkatan La...	0.900	0.895

b. *Pengaruh Langsung*

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Digital Marketing -> Kinerja Keuangan	0.606	0.605	0.083	7.314	0.000
Digital Marketing -> Peningkatan Laba	0.421	0.416	0.084	5.028	0.000
Kinerja Keuangan -> Peningkatan Laba	0.417	0.418	0.079	5.281	0.000
Pencatatan Akuntansi -> Kinerja Keuangan	0.327	0.331	0.081	4.050	0.000
Pencatatan Akuntansi -> Peningkatan Laba	0.154	0.161	0.063	2.457	0.014

c. *Pengaruh Tidak Langsung*

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Digital Marketi...	0.253	0.254	0.063	4.044	0.000
Pencatatan Ak...	0.137	0.138	0.042	3.254	0.001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Program Studi : Akuntansi Syariah
Judul : Pengaruh Pencatatan Akuntansi Dan Digital Marketing Dengan Mediasi Kinerja Keuangan Terhadap Peningkatan Laba IKM Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Mei 2024

Operator Turnitin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



[Signature]
Rahmatul Indriyah, M.E.I.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



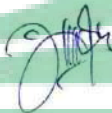
SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 03 April 2024
Koordinator Prodi Akuntansi Syariah


Dr. Nur Ika Mauliyah, SE., M.Ak
NIP. 198803012018012001

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BIODATA PENULIS



A. Biodata Pribadi

Nama : Denovit Gustian Fasha
NIM : 205105030018
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 07 Februari 2002
Alamat : Dusun Lidah, Rt 04/ Rw 04, Desa Gambiran,
Kecamatan Gambiran, Kabupaten Banyuwangi.
No. Telp : 085749238590
Email : denovitgustianf@gamil.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK PGRI 3 Gambiran :2006-2008
2. SDN 4 Gambiran :2008-2014
3. Mts Negeri 8 Banyuwangi :2014-2017
4. SMK 17 Agustus 1945 Genteng :2017-2020
5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember :2020-2024