

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi data Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian daerah di Kabupaten Cirebon. UMKM berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pemerataan aktivitas ekonomi di berbagai sektor usaha. Keberadaan UMKM juga menjadi penopang utama perekonomian masyarakat, khususnya pada usaha berskala kecil dan berbasis rumah tangga.

Jenis usaha UMKM yang berkembang di Kabupaten Cirebon cukup beragam, meliputi usaha makanan dan minuman, usaha kuliner khas daerah, perdagangan eceran seperti toko kelontong dan toko pakaian, usaha kerajinan, serta usaha berbasis jasa seperti bengkel, salon, dan layanan lainnya. Keragaman jenis usaha tersebut mencerminkan potensi kewirausahaan yang cukup baik serta kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap kebutuhan dan perkembangan pasar.

Sebagian besar UMKM di Kabupaten Cirebon masih dikelola secara mandiri dengan sistem administrasi dan pencatatan keuangan yang relatif sederhana. Meskipun demikian, UMKM tetap memberikan kontribusi nyata terhadap penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam struktur perekonomian daerah, meskipun masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam pengelolaan usaha.

Berdasarkan kondisi tersebut, UMKM di Kabupaten Cirebon dipilih sebagai objek dalam penelitian ini untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha, khususnya Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial terhadap Peningkatan Laba UMKM. Penelitian ini melibatkan 100 UMKM yang

beroperasi di Kabupaten Cirebon. Proses pengumpulan data dilakukan melalui pendistribusian kuesioner kepada pelaku UMKM di Kabupaten Cirebon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, dimana setiap anggota populasi UMKM memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden tanpa memandang strata atau kriteria khusus, guna memastikan data yang diperoleh bersifat representatif.

Instrumen penelitian dirancang untuk mengukur variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1), Inovasi Produk (X2), Kemampuan Manajerial (X3), dan Peningkatan Laba (Y). Kuesioner disebarakan secara langsung kepada responden yang ditentukan melalui teknik *random sampling*. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif, yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t (parsial), serta uji F (simultan). Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

Deskripsi data penelitian ini memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan variabel yang diteliti, sehingga dapat menjadi dasar dalam pelaksanaan analisis statistik serta pembahasan hasil penelitian pada bagian selanjutnya.

2. Karakteristik Responden

Bagian data umum menyajikan profil responden yang mencakup aspek jenis usaha, lama usaha, dan laba usaha. Penyajian profil ini berfungsi sebagai informasi pendukung yang memberikan konteks serta memperkuat pembahasan penelitian. Adapun ringkasan karakteristik responden dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Kategori jumlah responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4. 1 Kategori Jenis UMKM

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
1	Makanan/Minuman	11	11%
2	Perdagangan	28	28%

No	Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
3	Konfeksi	7	7%
4	Kerajinan	10	10%
5	Batik	6	6%
6	Rotan	1	1%
7	Meubel	3	3%
8	Lainnya	12	12%
Total		100	100%

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi, dari 170 responden diketahui bahwa jenis usaha yang paling banyak dijalankan adalah makanan, yaitu 74 responden (44%). Selanjutnya, usaha kelontong/kebutuhan rumah tangga dengan 45 responden (26%), serta usaha minuman sebanyak 28 responden (16%). Sementara itu, usaha fashion tercatat 12 responden (7%), dan kategori lainnya berjumlah 11 responden (6%).

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

Kategori jumlah responden berdasarkan lama usaha dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4. 2 Kategori Lama Usaha

No	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1	<1 Tahun	29	29%
2	1-5 Tahun	38	38%
3	>5 Tahun	33	33%
Total		100	100%

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa dari 100 responden, UMKM dengan lama usaha kurang dari 1 tahun berjumlah 29 unit usaha (29%). Selanjutnya, UMKM yang telah beroperasi selama 1-5 tahun sebanyak 38 unit usaha (38%), sedangkan UMKM dengan lama usaha lebih dari 5 tahun berjumlah 33 unit usaha (33%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kategori lama usaha 1-5 tahun merupakan kelompok dengan persentase terbesar dibandingkan kategori lainnya.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Laba Usaha

Kategori jumlah responden berdasarkan laba usaha dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4. 3 Kategori Laba Usaha

No	Lama Usaha	Frekuensi	Persentase
1	<5 Juta	39	39%
2	5-10 Juta	27	27%
3	10-20 Juta	19	19%
4	>20 Juta	15	15%
Total		100	100%

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa dari 100 responden, UMKM dengan laba usaha kurang dari Rp5 juta berjumlah 39 unit usaha (39%). Selanjutnya, UMKM yang memperoleh laba usaha Rp 5-10 juta sebanyak 27 unit usaha (27%), UMKM dengan laba usaha Rp 10-20 juta sebanyak 19 unit usaha (19%), dan UMKM yang memperoleh laba usaha lebih dari Rp20 juta berjumlah 15 unit usaha (15%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas UMKM memiliki laba usaha kurang dari Rp5 juta, yang merupakan kategori dengan persentase terbesar dibandingkan kategori lainnya.

B. Hasil Uji Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif diterapkan untuk menyajikan gambaran umum mengenai distribusi data penelitian melalui parameter nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Nilai minimum dan maksimum berfungsi untuk mengidentifikasi rentang skor terendah hingga tertinggi dari jawaban responden. Sementara itu, nilai *mean* digunakan untuk menganalisis kecenderungan pusat atau rata-rata persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti. Sementara itu, standar deviasi menunjukkan tingkat variasi atau penyebaran data, semakin kecil nilai standar

deviasi, maka semakin seragam jawaban responden, dan sebaliknya apabila standar deviasi besar berarti variasi jawaban semakin tinggi.

Tabel 4. 4 Hasil uji statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Sdt. Deviation
SIAM	100	29	60	46,22	6,464
Inovasi Produk	100	21	45	36,75	5,014
Kemampuan Manajerial	100	14	45	35,96	5,523
Peningkatan Laba	100	21	45	35,57	4,974

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, dapat digambarkan distribusi data yang diperoleh peneliti untuk masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

a. Variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1)

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (SIAM) mencatatkan nilai minimum 29 dan nilai maksimum 60. Capaian nilai rata-rata (*mean*) sebesar 46,22 mengindikasikan bahwa responden secara dominan memberikan persepsi yang positif terhadap implementasi SIAM pada usaha mereka. Adapun nilai standar deviasi sebesar 6,464 menunjukkan tingkat sebaran data yang moderat, yang berarti variasi jawaban responden masih bersifat wajar dan data terdistribusi secara normal.

b. Variabel Inovasi Produk (X2)

Variabel Inovasi Produk memiliki nilai minimum sebesar 21 dan nilai maksimum sebesar 45. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 36,75 yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai inovasi produk berada pada tingkat yang baik. Nilai standar deviasi sebesar 5,014 menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap inovasi produk cukup beragam, namun tetap menunjukkan kecenderungan penilaian yang relatif tinggi.

c. Variabel Kemampuan Manajerial (X3)

Berdasarkan hasil uji deskriptif, variabel Kemampuan Manajerial memiliki nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum sebesar 45. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 35,96 yang mengindikasikan bahwa secara umum responden menilai kemampuan manajerial berada pada kategori baik. Nilai standar deviasi sebesar 5,523 menunjukkan adanya perbedaan persepsi antar responden, namun tidak menunjukkan penyimpangan data yang ekstrem.

d. Variabel Peningkatan Laba (Y)

Variabel Peningkatan Laba memiliki nilai minimum sebesar 21 dan nilai maksimum sebesar 45. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah sebesar 35,57, yang menunjukkan bahwa responden menilai peningkatan laba perusahaan berada pada tingkat yang cukup baik. Nilai standar deviasi sebesar 4,947 mengindikasikan bahwa variasi jawaban responden masih dalam batas yang dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara kolektif, implementasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (SIAM), inovasi produk, dan kemampuan manajerial pada sektor UMKM berada dalam kategori baik, yang disertai dengan tingkat pencapaian laba yang dinilai cukup positif oleh responden. Temuan ini mengindikasikan adanya persepsi yang selaras di kalangan pelaku UMKM terhadap pentingnya variabel-variabel strategis tersebut. Selain itu, nilai standar deviasi yang moderat pada tiap variabel menunjukkan bahwa sebaran data bersifat stabil dan konsisten. Secara keseluruhan, temuan ini menggambarkan bahwa UMKM yang menjadi objek penelitian telah memiliki pengelolaan sistem informasi, inovasi, dan kemampuan manajerial yang baik, yang pada akhirnya mampu mendukung peningkatan kinerja laba pada UMKM.

C. Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur. Sebuah item pernyataan

dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut benar-benar merepresentasikan konstruk yang ingin diteliti. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, di mana nilai r tabel ditentukan berdasarkan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, dengan n sebagai jumlah sampel penelitian. Dasar penentuan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Validitas konstruk diperoleh melalui korelasi antara setiap butir pernyataan dengan skor total, yang mengacu pada nilai *Corrected Item Total Correlation* pada output SPSS versi 27. Semakin besar nilai korelasi dan bernilai positif, semakin baik tingkat validitas item tersebut. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang, sehingga derajat kebebasan dihitung dengan rumus $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$. Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r tabel yang diperoleh adalah 0,195.

Suatu item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai korelasi positif. Hasil pengujian validitas untuk variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1), Inovasi Produk (X2), Kemampuan Manajerial (X3), dan Peningkatan Laba (Y) yang dilakukan melalui program SPSS versi 27 secara lengkap ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1)	X1.1	0,574	0,1966	Valid
	X1.2	0,558	0,1966	Valid
	X1.3	0,664	0,1966	Valid
	X1.4	0,615	0,1966	Valid
	X1.5	0,688	0,1966	Valid
	X1.6	0,737	0,1966	Valid
	X1.7	0,800	0,1966	Valid
	X1.8	0,704	0,1966	Valid
	X1.9	0,667	0,1966	Valid
	X1.10	0,773	0,1966	Valid
	X1.11	0,701	0,1966	Valid

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1)	X1.12	0,717	0,1966	Valid
	X2.1	0,605	0,1966	Valid
	X2.2	0,673	0,1966	Valid
	X2.3	0,674	0,1966	Valid
	X2.4	0,786	0,1966	Valid
	X2.5	0,719	0,1966	Valid
	X2.6	0,739	0,1966	Valid
	X2.7	0,557	0,1966	Valid
	X2.8	0,617	0,1966	Valid
	X2.9	0,672	0,1966	Valid
Kemampuan Manajerial (X3)	X3.1	0,509	0,1966	Valid
	X3.2	0,498	0,1966	Valid
	X3.3	0,44	0,1966	Valid
	X3.4	0,659	0,1966	Valid
	X3.5	0,453	0,1966	Valid
	X3.6	0,772	0,1966	Valid
	X3.7	0,832	0,1966	Valid
	X3.8	0,833	0,1966	Valid
	X3.9	0,782	0,1966	Valid
	X3.10	0,803	0,1966	Valid
	X3.11	0,876	0,1966	Valid
	X3.12	0,789	0,1966	Valid
	X3.13	0,742	0,1966	Valid
	X3.14	0,762	0,1966	Valid
	X3.15	0,702	0,1966	Valid
Peningkatan Laba (Y)	Y.1	0,675	0,1966	Valid
	Y.2	0,570	0,1966	Valid
	Y.3	0,649	0,1966	Valid
	Y.4	0,715	0,1966	Valid
	Y.5	0,739	0,1966	Valid
	Y.6	0,704	0,1966	Valid
	Y.7	0,751	0,1966	Valid
	Y.8	0,773	0,1966	Valid
	Y.9	0,839	0,1966	Valid

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel menunjukan bahwa indikator yang digunakan oleh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, Kemampuan Manajerial, dan Peningkatan Laba dinyatakan valid untuk digunakan sebagai

alat ukur indikator karena mempunyai koefisien korelasi r hitung $> r$ tabel = 0,1966 (nilai r tabel untuk $n = 98$).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila diajukan pertanyaan yang sama. Standar keandalan instrumen dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* (α) pada setiap variabel. Instrumen dinyatakan reliabel dan valid untuk digunakan sebagai alat ukur apabila nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan $> 0,60$. Adapun hasil pengujian reliabilitas dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	R tabel	Keterangan
Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X1)	0,895	0,600	Reliabel
Inovasi Produk (X2)	0,765	0,600	Reliabel
Kemampuan Manajerial (X3)	0,933	0,600	Reliabel
Peningkatan Laba (Y)	0,772	0,600	Reliabel

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel hasil pengujian reliabilitas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel penelitian telah melampaui ambang batas 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, Kemampuan Manajerial, dan Peningkatan Laba dinyatakan reliabel serta memiliki keandalan yang tinggi sebagai alat pengumpulan data.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, Kemampuan Manajerial berpengaruh terhadap Peningkatan Laba. Karena penelitian melibatkan tiga variabel independen, maka analisis data menggunakan metode regresi linear

berganda. Sebelum melakukan pengujian regresi, terlebih dahulu dilakukan serangkaian uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Setelah proses perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan program SPSS, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap keseluruhan asumsi klasik yang diperlukan. Hasil uji asumsi klasik tersebut kemudian disajikan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, prosedur pengujian dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* guna memastikan objektivitas hasil distribusi data.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
N	100
<i>Test Statistic</i>	0,059
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel hasil pengujian, diperoleh nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) sebesar 0,540. Nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi ini berdistribusi secara normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Kondisi di mana varians residual tetap konsisten disebut sebagai homoskedastisitas, sedangkan varians yang tidak seragam mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, deteksi terhadap masalah tersebut dilakukan melalui penerapan uji Park. Adapun hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.		Kriteria	Keterangan
SIAM (X1)	0,358	>	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Inovasi Produk (X2)	0,846	>	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kemampuan Manajerial (X3)	0,429	>	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Peningkatan Laba (Y)	0,091	>	0.05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, seluruh variabel menunjukkan nilai signifikansi diatas 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas merupakan bagian dari prasyarat asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang berkualitas tinggi ditandai dengan tidak adanya korelasi yang signifikan di antara variabel-variabel bebas tersebut. Dalam penelitian ini, deteksi terhadap gejala multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan parameter *tolerance* dan VIF sebagai metode pengujian.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF
SIAM (X1)	0,614	1,629
Inovasi Produk (X2)	0,594	1,684
Kemampuan Manajerial (X3)	0,614	1,627

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* yang $>0,100$ serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang $<10,00$. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antar variabel bebas. Dengan demikian, variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan bebas dari masalah multikolinearitas.

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melihat apakah variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien B	Sdt. Error	T Hitung	Sig.
Konstanta	2,572	2,515	1,023	0,309
SIAM	0,183	0,059	2,350	0,021
Inovasi Produk	0,415	0,077	5,391	<0,001
Kemampuan Manajerial	0,316	0,069	4,604	<0,001

(Sumber: Data diolah, 2025)

Dari hasil analisis, diperoleh persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2,572 + 0,138X_1 + 0,415X_2 + 0,316X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Peningkatan Laba)

a = Konstanta, yaitu nilai Y ketika X_1 dan X_2 bernilai 0

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi

X_1 = Variabel Bebas (Sistem Informasi Akuntansi Manajemen)

X_2 = Variabel Bebas (Inovasi Produk)

X_3 = Variabel Bebas (Kemampuan Manajerial)

e = Error (tingkat kesalahan)

Makna Persamaan Regresi:

- Nilai a (konstanta) sebesar 2,572 artinya jika variabel independen diabaikan ($X_1, X_2, X_3 = 0$) maka nilai variabel Peningkatan Laba tetap ada (konstan) sebesar 2,572.
- Koefisien Regresi X_1 sebesar 0,138 Hal ini menunjukkan bahwa X_1 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X_1 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,138.

- c. Koefisien Regresi X2 sebesar 0,415 Hal ini menunjukkan bahwa X2 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X2 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,415.
- d. Koefisien Regresi X3 sebesar 0,316 Hal ini menunjukkan bahwa X3 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X3 sebesar satu satuan maka akan meningkatkan Y sebesar 0,316.

2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan indikator yang digunakan untuk menilai tingkat kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen secara keseluruhan. Nilai R^2 menunjukkan besarnya proporsi variasi variabel terikat yang dapat diprediksi oleh model regresi melalui kontribusi simultan seluruh variabel bebas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R square	Adjust R Square	Sdt. Error of the Estimate
1	0,808	0,653	0,642	2,959

(Sumber: Data diolah, 2025)

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel, nilai koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa kontribusi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial dalam menjelaskan variasi pada variabel Peningkatan Laba adalah sebesar 0,653 atau 64,2%. Dengan demikian, sebesar 64,2% perubahan pada peningkatan laba dapat diterangkan oleh ketiga variabel independen tersebut secara simultan. Sementara itu, 33,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diamati.

3. Uji Parsial (Uji T)

Uji t diterapkan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (X_1), Inovasi Produk (X_2), dan Kemampuan Manajerial (X_3) secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Peningkatan Laba (Y). Pengujian

ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t tabel dihitung dengan rumus degree of freedom sebagai berikut :

$$Df = n - k - 1$$

$$= 100 - 3 - 1 = 96 \text{ (maka nilai t tabel sebesar 1,985)}$$

Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel independen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan kata lain, variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 12 Hasil Uji T

No	Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
1	SIAM (X1)	2,350	1,985	0,021	Signifikan
2	Inovasi Produk (X2)	5,391	1,985	<0,001	Signifikan
3	Kemampuan Manajerial (X3)	4,604	1,985	<0,001	Signifikan

(Sumber: Data diolah, 2025)

Tabel 4.13 menyajikan hasil uji t yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Uji Hipotesis 1 (Sistem Informasi Akuntansi Manajemen terhadap Peningkatan Laba)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen menunjukkan nilai signifikansi 0,021 yang berada di bawah batas ketentuan 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 2,350 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen berpengaruh terhadap Peningkatan Laba. Maka, dugaan pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen terhadap Peningkatan Laba dinyatakan H_1 Diterima.

- 2) Uji Hipotesis 2 (Inovasi Produk terhadap Peningkatan Laba)

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa variabel Inovasi Produk memiliki nilai signifikansi $< 0,001$, yang menunjukkan bahwa nilai tersebut berada di bawah tingkat signifikansi $0,05$. Selain itu, nilai t hitung sebesar $5,391$ lebih besar daripada t tabel sebesar $1,985$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh terhadap Peningkatan Laba. Maka, dugaan pengaruh Inovasi Produk terhadap Peningkatan Laba dinyatakan H_2 Diterima.

3) Uji Hipotesis 3 (Kemampuan Manajerial terhadap Peningkatan Laba)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel Kemampuan Manajerial menunjukkan nilai signifikansi $< 0,001$ yang berada di bawah batas ketentuan $0,05$. Selain itu, nilai t hitung sebesar $4,604$ lebih besar dibandingkan t tabel sebesar $1,985$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kemampuan Manajerial berpengaruh terhadap Peningkatan Laba. Maka, dugaan pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Peningkatan Laba dinyatakan H_3 Diterima.

4. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,05$. Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. apabila nilai signifikansi $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. apabila nilai signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4. 13 Hasil Uji F

F Hitung	F Tabel	Sig. F	Keterangan
60,239	2,699	$< 0,001$	Signifikan

(Sumber: Data diolah, 2025)

Dari hasil pengujian, terlihat bahwa F hitung ($60,239$) $>$ F tabel ($2,699$) serta nilai $\text{sig} < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Peningkatan Laba pada UMKM di Kabupaten Cirebon. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa

Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial secara simultan berpengaruh terhadap Peningkatan Laba dapat diterima.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Sistem informasi Akuntansi Manajemen terhadap Peningkatan Laba

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,021 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 2,350 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987. Nilai koefisien regresi sebesar 0,138 menunjukkan arah pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM di Kabupaten Cirebon. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen berpengaruh terhadap peningkatan laba UMKM diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan Sistem Informasi Akuntansi Manajemen pada UMKM, maka semakin besar kemampuan pelaku usaha dalam mengelola informasi keuangan dan operasional secara tepat. Informasi yang akurat dan tepat waktu membantu pelaku UMKM dalam pengambilan keputusan terkait pengendalian biaya, perencanaan usaha, serta evaluasi kinerja, sehingga berdampak pada peningkatan laba usaha.

Berdasarkan teori *Resource-Based View* (RBV), Sistem Informasi Akuntansi Manajemen merupakan sumber daya internal yang bernilai dan strategis karena mendukung proses pengambilan keputusan manajerial. Dalam perspektif ini, SIAM dipandang sebagai *strategic resources* yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Keunggulan tersebut muncul karena SIAM menyediakan basis data yang bersifat bernilai dan sulit ditiru oleh pesaing yang masih menggunakan pencatatan manual. Penguasaan informasi yang presisi memungkinkan entitas bisnis mendeteksi inefisiensi biaya secara

dini, sehingga UMKM memiliki posisi tawar yang lebih kuat dalam mengoptimalkan sumber daya untuk mencapai target laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Zahro (2020) yang menyatakan bahwa penerapan yang menegaskan bahwa efektivitas penerapan sistem informasi akuntansi merupakan determinan krusial dalam memacu kinerja keuangan UMKM melalui penyediaan data yang terintegrasi. Selain itu, penelitian Haliza & Muzakki (2025) juga membuktikan bahwa penggunaan sistem akuntansi yang terstruktur mampu meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dan laba usaha secara nyata. Adanya kesamaan hasil ini memperkuat bukti lapangan bahwa Sistem Informasi Akuntansi Manajemen (SIAM) berperan sangat penting bagi perkembangan UMKM di Kabupaten Cirebon. Dengan menerapkan sistem yang teratur, pelaku usaha memiliki dasar yang kuat dalam mengambil setiap keputusan bisnis karena didukung oleh data keuangan yang jelas dan bukan sekadar berdasarkan perkiraan saja. Hal ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan yang dilakukan dengan sistem yang baik akan mempermudah pelaku usaha dalam mengontrol biaya operasional, sehingga peluang untuk meraih laba yang lebih tinggi menjadi lebih besar dan berkelanjutan.

2. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Peningkatan Laba

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki nilai signifikansi $<0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 5,391 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987. Nilai koefisien regresi sebesar 0,415 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM di Kabupaten Cirebon. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Inovasi Produk berpengaruh terhadap peningkatan laba UMKM diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi produk, baik dari segi variasi, kualitas, maupun desain produk, mampu meningkatkan daya tarik konsumen dan daya saing usaha. Inovasi produk memungkinkan UMKM menyesuaikan produknya dengan kebutuhan dan

preferensi pasar, sehingga meningkatkan volume penjualan yang berdampak langsung pada peningkatan laba usaha.

Menurut teori *Resource-Based View* (RBV), inovasi produk merupakan hasil pemanfaatan sumber daya internal yang bersifat strategis dan sulit ditiru oleh pesaing. Ditinjau sebagai *strategic resources*, inovasi produk memenuhi kriteria kelangkaan dan keunikan yang menjadi modal utama UMKM dalam memenangkan persaingan pasar. Keunggulan kompetitif berkelanjutan tercipta ketika entitas bisnis mampu menghadirkan nilai tambah pada produk yang sulit diduplikasi oleh kompetitor, sehingga UMKM dapat menguasai pangsa pasar tertentu yang berimplikasi pada perolehan margin laba yang lebih tinggi. UMKM yang mampu menciptakan produk inovatif akan memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha dan laba secara konsisten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mahsina & Poniewatie (2021) yang menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan laba UMKM dengan mengubah produk lama menjadi lebih segar sesuai selera pasar, yang memicu pembelian ulang dan keunggulan kompetitif. Kemampuan UMKM memperbarui rasa, bentuk, atau fungsi produk memungkinkan penstabilan harga dan peningkatan pendapatan secara konsisten di tengah persaingan. Selain itu, penelitian . Sandy & Susilowibowo (2024) juga menemukan bahwa inovasi produk berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas UMKM. Kesamaan hasil tersebut memperkuat bukti bahwa inovasi produk merupakan faktor dominan dalam peningkatan laba UMKM. Hal ini dikarenakan inovasi bukan sekadar mengubah tampilan, melainkan strategi untuk menciptakan nilai tambah yang membuat produk memiliki daya tawar lebih tinggi di mata konsumen. Ketika UMKM mampu menghadirkan keunikan yang tidak dimiliki pesaing, konsumen cenderung bersedia membayar lebih, yang secara otomatis memperlebar margin keuntungan. Selain itu, inovasi produk juga menjadi solusi efektif untuk mengatasi kejenuhan pasar; dengan adanya variasi baru, volume penjualan tetap terjaga atau bahkan meningkat karena mampu menarik segmen

pembeli yang baru. Dengan kata lain, kenaikan laba terjadi karena inovasi berhasil mengubah produk biasa menjadi produk unggulan yang lebih laris dan lebih menguntungkan untuk diproduksi.

3. Pengaruh Kemampuan Manajerial terhadap Peningkatan Laba

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Kemampuan Manajerial memiliki nilai signifikansi $<0,001$ yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dengan nilai t hitung sebesar 4,604 lebih besar dari t tabel sebesar 1,987. Nilai koefisien regresi sebesar 0,316 menunjukkan arah pengaruh yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa Kemampuan Manajerial berpengaruh positif terhadap peningkatan laba UMKM di Kabupaten Cirebon. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa Kemampuan Manajerial berpengaruh terhadap peningkatan laba UMKM diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam menjalankan fungsi manajemen, seperti perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, serta pengambilan keputusan, sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Kemampuan manajerial yang baik memungkinkan pelaku UMKM mengelola sumber daya secara efisien, mengendalikan biaya operasional, dan merumuskan strategi usaha yang tepat untuk meningkatkan laba.

Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), kemampuan manajerial merupakan aset tidak berwujud yang memiliki nilai strategis bagi keberlangsungan usaha. Sebagai salah satu bentuk *strategic resources*, kemampuan manajerial berfungsi sebagai pengelola yang mensinergikan seluruh aset internal UMKM agar berdaya guna secara maksimal. Kompetensi manajer yang unggul menciptakan keunggulan kompetitif karena kemampuannya dalam mengambil keputusan strategis yang adaptif terhadap dinamika pasar, yang pada akhirnya meminimalkan risiko inefisiensi dan mendorong produktivitas entitas bisnis dalam menghasilkan laba.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Indriyani & Nugraha (2024) yang menyatakan bahwa kemampuan manajerial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba UMKM. Hal ini dikarenakan manajer yang

kompeten tidak hanya menjalankan rutinitas usaha, tetapi mampu bertindak sebagai penggerak utama dalam menciptakan efisiensi di seluruh lini organisasi. Secara lebih jelas, pengaruh signifikan ini terjadi karena kemampuan manajerial yang baik membuat pelaku UMKM di Kabupaten Cirebon mampu melakukan pemetaan risiko dan peluang secara tepat, sehingga modal yang dikeluarkan tidak terbuang percuma pada aktivitas yang tidak menguntungkan. Manajer yang ahli mampu menekan biaya operasional melalui pengawasan ketat dan koordinasi sumber daya yang rapi, yang secara otomatis akan memperbesar margin keuntungan bersih. Dengan kata lain, penguatan pada kemampuan manajerial ini menjadi alasan utama mengapa laba meningkat, karena setiap keputusan yang diambil didasarkan pada pertimbangan strategis yang matang, bukan sekadar mengikuti situasi pasar tanpa perencanaan yang jelas.

4. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial secara Simultan terhadap Peningkatan Laba

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 60,239 dengan tingkat signifikansi $<0,05$, membuktikan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial secara bersama-sama memberikan kontribusi yang sangat kuat terhadap peningkatan laba, sehingga ketiga variabel tersebut berpengaruh positif terhadap peningkatan laba. Dengan diterimanya hipotesis pengaruh simultan ini, penelitian menegaskan bahwa keberhasilan finansial UMKM di Kabupaten Cirebon tidak mungkin dicapai hanya dengan mengandalkan satu aspek saja secara terpisah.

Temuan ini membuktikan bahwa peningkatan laba merupakan hasil sinergi dari kumpulan sumber daya internal yang saling berkaitan. Pengaruh yang signifikan ini terjadi karena Sistem Informasi Akuntansi Manajemen menyediakan data biaya dan pendapatan yang presisi, yang kemudian menjadi landasan bagi Kemampuan Manajerial untuk mengambil keputusan strategis yang tidak spekulatif. Selanjutnya, manajer yang kompeten tersebut menggunakan data yang ada untuk melakukan Inovasi Produk yang tepat sasaran dan efisien sesuai keinginan pasar.

Ditinjau dari perspektif teori *Resource-Based View* (RBV), pengaruh simultan ini membuktikan bahwa keunggulan kompetitif dan peningkatan laba dihasilkan dari sinergi kumpulan sumber daya strategis (*bundle of resources*) yang dimiliki oleh entitas bisnis. Sebagai *strategic resources*, ketiga variabel tersebut bekerja secara integratif untuk menciptakan nilai yang sulit ditiru oleh kompetitor. Sistem Informasi Akuntansi Manajemen menyediakan basis data yang bernilai sebagai landasan bagi Kemampuan Manajerial dalam merumuskan strategi Inovasi Produk yang tepat sasaran. Sinergi ini memastikan bahwa seluruh aset internal dikelola secara efektif dan efisien, sehingga mampu menekan inefisiensi biaya operasional sekaligus memperkuat daya saing UMKM di pasar. Keselarasan antar variabel inilah yang menjadi determinan utama mengapa penggabungan ketiga sumber daya tersebut secara kolektif memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap laba dibandingkan jika dikelola secara parsial.

5. Kontribusi Variabel Independen dalam Model (Koefisien Determinasi R)

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,642 menunjukkan bahwa 64,2% variasi Peningkatan Laba dapat dijelaskan oleh variabel Sistem Informasi Akuntansi Manajemen, Inovasi Produk, dan Kemampuan Manajerial secara simultan. Sementara itu, 33,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil tersebut mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam menjelaskan peningkatan laba UMKM. Namun demikian, masih terdapat faktor lain di luar penelitian ini yang turut memengaruhi peningkatan laba, seperti kondisi pasar, tingkat persaingan, modal usaha, strategi pemasaran, serta faktor eksternal lainnya.

Dengan demikian, peningkatan laba pada UMKM merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, sehingga diperlukan pengelolaan usaha yang komprehensif untuk mencapai hasil yang optimal.