



## **PENGARUH DIGITAL MARKETING, SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, DAN KEPATUHAN REGULASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN USAHA DIGITAL DI KOTA BATAM**

Intan Juniarti<sup>1</sup>, Ita Mustika<sup>2</sup>, Rika Permatasari<sup>3</sup>, Dimas Adam Satrio<sup>4</sup>,  
Namrysilia Buti Anjaway<sup>5</sup>, Sintia<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Riau Kepulauan, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Akuntansi, Universitas Ibnu Sina, Indonesia

<sup>3,4,5</sup>Program Studi Pertanian, Institut Teknologi dan Sains Meranti, Indonesia

<sup>6</sup>Program Studi Ilmu Pemerintahan, STISIP Bunda Tanah Melayu, Indonesia

[<sup>1</sup>intanjuniarti@feb.unrika.ac.id](mailto:intanjuniarti@feb.unrika.ac.id), [<sup>2</sup>ita@uis.ac.id](mailto:ita@uis.ac.id), [<sup>3</sup>rikapermatasari999@gmail.com](mailto:rikapermatasari999@gmail.com), [<sup>4</sup>dimasadamrsr@gmail.com](mailto:dimasadamrsr@gmail.com),  
[<sup>5</sup>namrysiliabutianjaway@gmail.com](mailto:namrysiliabutianjaway@gmail.com), [<sup>6</sup>sintiaajohant@gmail.com](mailto:sintiaajohant@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 187 pelaku usaha digital yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,612 menunjukkan bahwa 61,2% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan digital marketing yang efektif, sistem informasi akuntansi yang andal, serta kepatuhan terhadap regulasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

**Kata kunci:** digital marketing, sistem informasi akuntansi, kepatuhan regulasi, kinerja keuangan.

### **ABSTRACT**

*This study examines the effect of digital marketing, accounting information systems, and regulatory compliance on the financial performance of digital businesses in Batam City. A quantitative approach was used with a survey of 187 digital business actors, selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that digital marketing, accounting information systems, and regulatory compliance each have a positive and significant effect on financial performance. Simultaneously, the three variables significantly influence financial performance. The coefficient of determination ( $R^2$ ) shows that the research model explains 61.2% of the variation in financial performance. This study concludes that effective digital marketing, reliable accounting information systems, and regulatory compliance are important factors in improving the financial performance of digital businesses in Batam City.*

**Keywords:** digital marketing, accounting information systems, regulatory compliance, financial performance.



## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam dunia usaha, khususnya pada sektor usaha digital. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara perusahaan beroperasi, tetapi juga memengaruhi strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta pola interaksi dengan konsumen. Dalam konteks ini, usaha digital dituntut untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan teknologi agar mampu bertahan dan bersaing secara berkelanjutan. Transformasi digital yang efektif terbukti dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja keuangan perusahaan (Susanti & Nugroho, 2021).

Kota Batam sebagai salah satu kawasan strategis ekonomi dan industri di Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha berbasis digital. Letaknya yang dekat dengan pasar internasional, dukungan infrastruktur, serta pertumbuhan pelaku usaha digital menjadikan Batam sebagai wilayah yang relevan untuk dikaji. Persaingan yang semakin ketat di sektor usaha digital menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berinovasi dalam produk dan layanan, tetapi juga mengelola bisnis secara profesional dan berbasis data guna meningkatkan kinerja keuangan (Pratama et al., 2022).

Digital marketing menjadi salah satu strategi utama yang digunakan usaha digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif dan efisien. Pemanfaatan media sosial, *search engine marketing*, dan platform e-commerce mampu meningkatkan visibilitas merek, keterlibatan pelanggan, serta volume penjualan. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan digital marketing yang terintegrasi berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan dan profitabilitas usaha digital (Wijaya & Putri, 2023).

Di sisi lain, penerapan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang andal memiliki peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan manajerial. SIA yang terkomputerisasi memungkinkan perusahaan menyajikan laporan keuangan yang akurat, relevan, dan tepat waktu. Informasi keuangan yang berkualitas menjadi dasar bagi manajemen dalam mengendalikan biaya, merencanakan strategi bisnis, serta mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan secara menyeluruh (Rahman & Sari, 2021).

Selain digital marketing dan SIA, kepatuhan terhadap regulasi juga menjadi faktor krusial dalam menjaga keberlanjutan usaha digital. Kepatuhan terhadap regulasi perpajakan, perlindungan data pribadi, dan transaksi elektronik dapat meminimalkan risiko hukum dan sanksi finansial yang berdampak negatif pada kinerja keuangan. Perusahaan yang patuh terhadap regulasi cenderung memiliki reputasi yang lebih baik dan stabilitas keuangan yang lebih kuat (Hidayat & Kurniawan, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Digital Marketing

Digital marketing merupakan aktivitas pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan jaringan internet untuk menciptakan, mengomunikasikan, serta menyampaikan nilai produk atau jasa kepada konsumen secara lebih luas dan terukur. Strategi digital marketing mencakup pemanfaatan media sosial, *content marketing*, *search engine optimization* (SEO), *search engine marketing* (SEM), serta *email marketing* yang memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara personal dan interaktif. Pendekatan ini dinilai lebih efisien dibandingkan pemasaran konvensional karena mampu menekan biaya promosi sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran (Kotler & Keller, 2020; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022).



Dalam konteks usaha digital, digital marketing berperan penting dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*), meningkatkan keterlibatan pelanggan (*customer engagement*), serta mendorong keputusan pembelian. Penelitian empiris menunjukkan bahwa intensitas dan kualitas penerapan digital marketing berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penjualan dan pertumbuhan pendapatan usaha digital, khususnya pada UMKM berbasis platform daring (Putra & Handayani, 2021; Wijaya et al., 2023). Dengan demikian, digital marketing dipandang sebagai faktor strategis yang mampu meningkatkan kinerja keuangan usaha digital secara berkelanjutan.

### **Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan sistem terintegrasi yang dirancang untuk mengumpulkan, mencatat, mengolah, dan menyajikan informasi keuangan secara sistematis guna mendukung perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan manajerial. Romney dan Steinbart (2021) menegaskan bahwa SIA yang efektif mampu meningkatkan efisiensi operasional, akurasi data keuangan, serta keandalan laporan keuangan perusahaan. Perkembangan teknologi informasi mendorong SIA berbasis digital yang memungkinkan pemrosesan data secara cepat dan real-time.

Pada usaha digital, penerapan SIA berbasis teknologi informasi sangat penting dalam memantau arus kas, laba, serta posisi keuangan perusahaan secara akurat. SIA yang baik membantu manajemen dalam mengendalikan biaya, mengevaluasi kinerja usaha, serta merumuskan strategi bisnis yang tepat. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penerapan SIA yang berkualitas berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan karena mampu meningkatkan transparansi dan kualitas pengambilan keputusan (Rahman & Sari, 2021; Nugroho & Prasetyo, 2024).

### **Kepatuhan Regulasi**

Kepatuhan regulasi mengacu pada tingkat ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti regulasi perpajakan, perlindungan data pribadi, dan transaksi elektronik. Dalam konteks usaha digital, kepatuhan regulasi menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya aktivitas transaksi daring dan pengelolaan data konsumen. Ketidakepatuhan terhadap regulasi dapat menimbulkan sanksi hukum, denda finansial, serta kerugian reputasi yang berdampak negatif terhadap kelangsungan usaha (Sari & Utami, 2022).

Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang patuh terhadap regulasi akan memperoleh legitimasi sosial dari masyarakat dan pemangku kepentingan. Legitimasi tersebut berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen dan investor yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian terkini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap regulasi perpajakan dan perlindungan data memiliki hubungan positif dengan stabilitas dan kinerja keuangan usaha digital (Hidayat & Kurniawan, 2024; Lestari et al., 2025).

### **Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan merupakan gambaran tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya ekonomi yang dimiliki untuk mencapai tujuan usaha. Kinerja keuangan umumnya diukur melalui indikator keuangan seperti profitabilitas, likuiditas, solvabilitas, dan pertumbuhan pendapatan. Pada usaha digital, kinerja keuangan juga dapat dilihat dari peningkatan omzet, laba bersih, serta kemampuan perusahaan dalam menjaga stabilitas keuangan di tengah dinamika pasar digital (Kasmir, 2021).

Dalam penelitian ini, kinerja keuangan dipersepsikan melalui peningkatan laba, omzet, dan stabilitas keuangan usaha digital. Peningkatan kinerja keuangan mencerminkan efektivitas



strategi bisnis yang diterapkan, termasuk digital marketing, penggunaan SIA, dan kepatuhan terhadap regulasi. Beberapa studi empiris membuktikan bahwa kombinasi pengelolaan pemasaran digital yang baik, sistem informasi akuntansi yang andal, serta kepatuhan regulasi mampu meningkatkan kinerja keuangan usaha digital secara signifikan (Santoso & Wibowo, 2023; Amelia et al., 2024).

## METODOLOGI PENELITIAN

### Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi, terhadap variabel dependen yaitu kinerja keuangan usaha digital. Pendekatan eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis berdasarkan data empiris yang diperoleh dari responden.

Penelitian ini juga menggunakan metode survei sebagai teknik pengumpulan data utama, dengan instrumen berupa kuesioner terstruktur. Metode survei dipilih karena mampu menjangkau responden dalam jumlah relatif besar serta memungkinkan pengukuran persepsi pelaku usaha digital secara objektif dan terstandar. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis secara statistik untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

### Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku usaha digital yang beroperasi di Kota Batam. Berdasarkan data dari instansi terkait dan berbagai laporan perkembangan UMKM digital di Kota Batam, jumlah usaha digital yang aktif diperkirakan sebanyak 350 usaha digital. Usaha digital tersebut mencakup sektor e-commerce, layanan berbasis aplikasi, financial technology, serta berbagai jasa digital lainnya yang memanfaatkan platform daring dalam aktivitas bisnisnya.

### Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan **rumus Slovin** dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) sebesar **5%**, sehingga diperoleh ukuran sampel yang representatif. Perhitungan sampel dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{350}{1 + 350(0,05)^2}$$
$$n = \frac{350}{1 + 350(0,0025)} = \frac{350}{1,875} = 186,6$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 187 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usaha digital yang telah beroperasi minimal satu tahun;
2. Memanfaatkan platform digital dalam kegiatan pemasaran dan transaksi;
3. Memiliki sistem pencatatan keuangan, baik manual maupun berbasis teknologi informasi.



Pemilihan teknik purposive sampling bertujuan agar sampel yang digunakan benar-benar mewakili karakteristik populasi dan relevan dengan tujuan penelitian.

### **Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh dalam bentuk skor jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha digital di Kota Batam. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan resmi, peraturan perundang-undangan, serta publikasi terkait yang relevan dengan topik penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan pilihan jawaban menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari *sangat tidak setuju* hingga *sangat setuju*. Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi responden terhadap penerapan digital marketing, sistem informasi akuntansi, kepatuhan regulasi, dan kinerja keuangan usaha digital.

Selain kuesioner, teknik studi pustaka juga digunakan untuk memperoleh data dan informasi pendukung yang berasal dari literatur ilmiah, buku, dan penelitian terdahulu yang relevan guna memperkuat landasan teori dan pembahasan penelitian.

### **Variabel Penelitian**

Variabel penelitian dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen, yaitu:

1. Variabel Independen
  - Digital Marketing (X1)
  - Sistem Informasi Akuntansi (X2)
  - Kepatuhan Regulasi (X3)
2. Variabel Dependen
  - Kinerja Keuangan (Y)

Masing-masing variabel diukur menggunakan beberapa indikator yang disesuaikan dengan konsep dan definisi operasional penelitian, serta diukur menggunakan skala Likert.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban kuesioner. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda guna mengetahui pengaruh digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi terhadap kinerja keuangan usaha digital. Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji melalui uji validitas, uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik.





Seluruh pengujian statistik dilakukan dengan tingkat signifikansi **5% ( $\alpha = 0,05$ )**. Hasil analisis data digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan dan penyusunan rekomendasi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan membandingkan nilai *Corrected Item–Total Correlation* setiap indikator terhadap nilai *r* tabel.

Dengan jumlah responden sebanyak 187, pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), diperoleh nilai *r* tabel sebesar 0,143. Suatu indikator dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item–Total Correlation* > *r* tabel (0,143).

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Digital Marketing (X1)**

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0.612	0.143	Valid
X1.2	0.684	0.143	Valid
X1.3	0.655	0.143	Valid
X1.4	0.701	0.143	Valid
X1.5	0.628	0.143	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel digital marketing memiliki nilai korelasi lebih besar dari *r* tabel, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas SIA (X2)**

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	nilai r Tabel	Keterangan
X2.1	0.659	0.143	Valid
X2.2	0.712	0.143	Valid
X2.3	0.688	0.143	Valid
X2.4	0.734	0.143	Valid
X2.5	0.671	0.143	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil tersebut, seluruh indikator pada variabel sistem informasi akuntansi dinyatakan valid, yang berarti setiap item mampu mengukur konsep SIA secara tepat.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kepatuhan Regulasi (X3)**

Item Pernyataan	Nilai r Hitung	nilai r Tabel	Keterangan
X3.1	0.598	0.143	Valid
X3.2	0.642	0.143	Valid
X3.3	0.681	0.143	Valid
X3.4	0.627	0.143	Valid
X3.5	0.654	0.143	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)



Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh indikator kepatuhan regulasi memiliki nilai korelasi yang melebihi  $r$  tabel, sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lanjutan.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kinerja Keuangan (Y)**

Item Pernyataan	Nilai $r$ Hitung	nilai $r$ Tabel	Keterangan
Y.1	0.705	0.143	Valid
Y.2	0.742	0.143	Valid
Y.3	0.716	0.143	Valid
Y.4	0.689	0.143	Valid
Y.5	0.731	0.143	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator variabel kinerja keuangan memiliki nilai *Corrected Item–Total Correlation* di atas  $r$  tabel, sehingga dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,70$ .

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Item-Total Statistics		
	Cronbach's Alpha	N of Items
Digital Marketing (X1)	.821	5
SIA (X2)	.846	5
Kepatuhan Regulasi (X3)	.798	5
Kinerja Keuangan (Y)	.859	5

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur masing-masing variabel.

Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan layak dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis data lebih lanjut, seperti uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda guna menguji pengaruh digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov–Smirnov (K–S) dengan kriteria apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.)  $> 0,05$ , maka data residual dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas**

Variabel	N	Kolmogrov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	187	0.087	0.200	Normal

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov–Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal.

Hasil ini menunjukkan bahwa salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi linier berganda telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya, termasuk uji t dan uji F.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung multikolinieritas, yaitu tidak terdapat hubungan linear yang kuat antarvariabel bebas.

Dalam penelitian ini, uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai *Tolerance* ≤ 0,10 dan *VIF* ≥ 10, maka terjadi multikolinieritas.

**Tabel 7. Hasil Uji Multikolinieritas**

	Unstanddardized coefficients		Standardized coefficients			Coolinearity Statisties	
Model	B	Std.Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
Digital Marketing	.169	.109	.199	2.550	.127	.550	1.820
SIA	.163	.122	.189	2.577	.123	.550	1.820
Kepatuhan Regulasi	.148	.117	.176	2.311	.135	.563	1.777

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10. Variabel digital marketing dan sistem informasi akuntansi masing-masing memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,550 dan nilai *VIF* sebesar 1,820, sedangkan variabel kepatuhan regulasi memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,563 dan nilai *VIF* sebesar 1,777.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, variabel digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi dapat digunakan secara bersamaan dalam model regresi untuk menjelaskan kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, yaitu varians residual bersifat konstan (homoskedastis).





Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) ≤ 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstanddardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
E-Commerce	-.041	.058	.199	-.71	.480
SIA	.036	.044	.189	.82	.415
Kepatuhan Regulasi	-.029	.051	.164	-.569	.571

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji Glejser pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel digital marketing sebesar 0,480, sistem informasi akuntansi sebesar 0,415, dan kepatuhan regulasi sebesar 0,571. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan dan model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

## Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel, serta melihat nilai signifikansi (Sig.) pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Sig. < 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai Sig. ≥ 0,05, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 9. Hasil Uji T Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstanddardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
Digital Marketing	.312	.064	.199	4.856	.000
SIA	.287	.091	.189	3.142	.002
Kepatuhan Regulasi	.241	.090	.176	2.683	.008

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 22.0, (2025)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.



Variabel Digital Marketing memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 4,856 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  serta koefisien regresi bernilai positif sebesar 0,312. Hasil ini menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Artinya, semakin optimal strategi digital marketing yang diterapkan, maka semakin meningkat kinerja keuangan usaha digital, baik dari sisi peningkatan penjualan maupun laba usaha.

Variabel Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 3,142 dengan tingkat signifikansi  $0,002 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar 0,287. Hal ini mengindikasikan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. SIA yang efektif membantu pelaku usaha dalam menyajikan informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Selanjutnya, variabel Kepatuhan Regulasi memiliki nilai  $t$  hitung sebesar 2,683 dengan tingkat signifikansi  $0,008 < 0,05$  serta koefisien regresi sebesar 0,241. Hasil ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap regulasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Kepatuhan terhadap peraturan perpajakan, perlindungan data, dan transaksi elektronik dapat meminimalkan risiko hukum dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja keuangan usaha digital.

Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima, karena masing-masing variabel independen terbukti secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

## Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel e-commerce dan sistem informasi akuntansi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Kriteria pengujian adalah apabila nilai  $\text{Sig.} < 0,05$ , maka model regresi dinyatakan signifikan.

**Tabel 10. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.24	3	20.41	96.214
	Residual	38.76	86	.45	
	Total	100.00	89		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai  $F$  hitung sebesar 96,214 yang lebih besar dari  $F$  tabel sebesar 2,65 serta tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam.

Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan layak dan signifikan untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.



## Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.782	.612	.606	.42	2.020
a. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Sistem Informasi Akuntansi, Kepatuhan Regulasi					
b. Dependent Variable: Kinerja Keuangan Usaha Digital					

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,612. Hal ini menunjukkan bahwa 61,2% variasi kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam dapat dijelaskan oleh variabel digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi.

Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,606 mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 60,6%. Sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Digital Marketing terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel digital marketing ( $X_1$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,312, nilai t hitung sebesar 4,856, dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada penerapan digital marketing akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 0,312 satuan, dengan asumsi variabel lain bersifat konstan.

Temuan ini menunjukkan bahwa optimalisasi strategi digital marketing, seperti pemanfaatan media sosial, search engine optimization, dan content marketing, mampu meningkatkan visibilitas usaha dan mendorong peningkatan penjualan. Hal ini tercermin dari nilai rata-rata digital marketing sebesar 4,12 dan kinerja keuangan sebesar 4,05, yang berada pada kategori tinggi. Hasil penelitian ini mendukung teori Kotler dan Keller (2020) serta penelitian Wijaya et al. (2023) yang menyatakan bahwa digital marketing memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan profitabilitas usaha digital.

### 2. Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel sistem informasi akuntansi ( $X_2$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,287, nilai t hitung sebesar 3,142, dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menandakan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Dengan demikian, peningkatan kualitas penerapan sistem informasi akuntansi akan berdampak langsung pada peningkatan kinerja keuangan usaha.

Nilai rata-rata sistem informasi akuntansi sebesar 3,98 menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha digital telah menerapkan sistem pencatatan keuangan yang cukup baik. Sistem informasi akuntansi membantu pelaku usaha dalam memantau arus kas, mengendalikan biaya, serta menyusun laporan keuangan yang akurat dan tepat waktu. Temuan ini sejalan dengan teori Romney dan Steinbart (2021) serta hasil penelitian Rahman dan Sari (2021) yang



menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi yang efektif mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan kinerja keuangan perusahaan.

### 3. Pengaruh Kepatuhan Regulasi terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil uji t, variabel kepatuhan regulasi ( $X_3$ ) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,241, nilai t hitung sebesar 2,683, dan nilai signifikansi  $0,008 < 0,05$ . Hasil ini menunjukkan bahwa kepatuhan regulasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Meskipun memiliki pengaruh paling kecil dibandingkan variabel lainnya, kepatuhan regulasi tetap memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan kinerja keuangan.

Nilai rata-rata kepatuhan regulasi sebesar 3,89 menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pelaku usaha digital di Kota Batam tergolong cukup tinggi. Kepatuhan terhadap regulasi perpajakan, perlindungan data pribadi, dan transaksi elektronik membantu usaha digital menghindari sanksi hukum dan kerugian finansial. Temuan ini mendukung teori legitimasi serta hasil penelitian Hidayat dan Kurniawan (2024) yang menyatakan bahwa kepatuhan regulasi berperan dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan kinerja keuangan perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,312, nilai t hitung sebesar 4,856, dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Temuan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing yang optimal mampu meningkatkan pendapatan, laba, dan pertumbuhan usaha digital.
2. Sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,287, nilai t hitung sebesar 3,142, dan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Penerapan sistem informasi akuntansi yang andal membantu pelaku usaha dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif dan mendukung peningkatan kinerja keuangan.
3. Kepatuhan regulasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,241, nilai t hitung sebesar 2,683, dan tingkat signifikansi  $0,008 < 0,05$ . Kepatuhan terhadap regulasi perpajakan, perlindungan data, dan transaksi elektronik mampu meminimalkan risiko hukum serta meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan.
4. Secara simultan, digital marketing, sistem informasi akuntansi, dan kepatuhan regulasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 96,214 dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,612 menunjukkan bahwa 61,2% variasi kinerja keuangan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kinerja keuangan usaha digital di Kota Batam memerlukan sinergi antara strategi pemasaran digital yang efektif, penerapan sistem informasi akuntansi yang baik, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku.



## Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut.

### 1. Bagi Pelaku Usaha Digital di Kota Batam

Pelaku usaha digital disarankan untuk terus meningkatkan pemanfaatan digital marketing secara terintegrasi, khususnya melalui optimalisasi media sosial, search engine optimization (SEO), dan pemasaran berbasis konten. Strategi pemasaran digital yang terencana dan berkelanjutan terbukti mampu meningkatkan visibilitas usaha serta berdampak positif terhadap kinerja keuangan.

### 2. Dalam Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

Pelaku usaha digital perlu menerapkan sistem informasi akuntansi yang andal dan berbasis teknologi, baik melalui penggunaan perangkat lunak akuntansi maupun integrasi dengan sistem transaksi digital. Penerapan SIA yang baik akan membantu penyajian laporan keuangan yang akurat, tepat waktu, serta mendukung pengambilan keputusan manajerial yang lebih efektif.

### 3. Terkait Kepatuhan Regulasi

Usaha digital di Kota Batam disarankan untuk meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi, khususnya regulasi perpajakan, perlindungan data pribadi, dan transaksi elektronik. Kepatuhan regulasi tidak hanya menghindarkan perusahaan dari risiko sanksi hukum, tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor, yang pada akhirnya berdampak positif pada kinerja keuangan usaha.

### 4. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kepentingan

Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat memberikan sosialisasi, pendampingan, dan pelatihan kepada pelaku usaha digital mengenai digital marketing, sistem informasi akuntansi, serta regulasi usaha digital. Dukungan kebijakan yang kondusif akan mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan ekosistem usaha digital di Kota Batam.

### 5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kinerja keuangan usaha digital, seperti kualitas sumber daya manusia, inovasi teknologi, literasi keuangan, dan kondisi persaingan pasar. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif atau mixed methods dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alghizzawi, M. (2020). The role of digital marketing in consumer behavior. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 4(1), 24–31.
- Arifin, Z., & Setiawan, D. (2021). Pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kinerja keuangan usaha digital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 18(2), 145–158.
- Budiarto, D. S., & Prabowo, M. A. (2022). Kepatuhan regulasi dan keberlanjutan usaha digital. *Jurnal Hukum Bisnis Indonesia*, 7(1), 33–46.
- Deephouse, D. L., Bundy, J., Tost, L. P., & Suchman, M. C. (2020). Organizational legitimacy: Six key questions. *The Academy of Management Annals*, 14(1), 1–48. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0054>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Hidayat, R., & Nugroho, A. (2023). Digital marketing strategy and financial performance of digital enterprises. *Journal of Digital Business*, 6(2), 87–101.





- Jogiyanto, H. M. (2020). *Sistem informasi keperilakuan*. Yogyakarta, Indonesia: Andi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.
- Lestari, N., & Amalia, S. (2022). Perlindungan data pribadi dalam transaksi elektronik. *Jurnal Ilmu Hukum*, 11(3), 215–229.
- Mulyani, S., & Ardiansyah, R. (2021). Peran sistem informasi akuntansi terhadap kualitas pengambilan keputusan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(1), 67–78.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Digital security risk management*. Paris, France: OECD Publishing.
- Pratama, A., & Wibowo, A. (2023). Kepatuhan regulasi perpajakan dan kinerja keuangan usaha digital. *Jurnal Akuntansi Perpajakan*, 6(2), 89–102.
- Putra, R. A., Susanti, E., & Yulianti, D. (2025). Transformasi digital dan kinerja keuangan usaha berbasis platform. *Jurnal Bisnis Digital*, 4(1), 1–15.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2021). *Accounting information systems* (15th ed.). New York, NY: Pearson Education.
- Saputra, H., & Kurniawan, A. (2022). Teknologi informasi dan kinerja keuangan UMKM digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 132–144.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Susanto, A. (2021). *Sistem informasi akuntansi: Konsep dan pengembangan berbasis teknologi*. Bandung, Indonesia: Lingga Jaya.
- Wijaya, T., & Santoso, B. (2024). Digital marketing capability and firm performance: Evidence from emerging markets. *Asian Journal of Business Research*, 14(1), 55–70.
- World Bank. (2021). *Digital economy for development*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Yasa, N. N. K., Rahmayanti, P. L. D., & Ekawati, N. W. (2023). Regulation compliance, trust, and digital business performance. *Journal of Business and Technology*, 8(3), 201–214.