

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aspek pemasaran, aspek keuangan, pengetahuan akuntansi, dan pengalaman bisnis terhadap penggunaan informasi akuntansi di Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Jambi. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner dari 100 pemilik usaha. Analisis dilakukan menggunakan Partial Least Squares (PLS). Hasil menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi dan aspek keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan informasi akuntansi, sementara aspek pemasaran dan pengalaman bisnis tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini menyoroti pentingnya pengetahuan akuntansi dan manajemen keuangan yang baik dalam mendukung pengambilan keputusan berbasis akuntansi.

Kata kunci: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, informasi akuntansi, pemasaran, keuangan, pengetahuan akuntansi, pengalaman bisnis

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of marketing aspects, financial aspects, accounting knowledge, and business experience on the use of accounting information in Micro, Small, and Medium Enterprises in Jambi City. A quantitative approach was used, with data collected through questionnaires from 100 owners. The analysis was conducted using Partial Least Squares (PLS). The results indicate that accounting knowledge and financial aspects have a significant effect on the use of accounting information, while marketing aspects and business experience do not show a significant effect. These findings highlight the importance of accounting knowledge and sound financial management in supporting accounting-based decision-making in.

Keywords: Micro Small and Medium Enterprises, accounting information, marketing, finance, accounting knowledge, business experience