p-ISSN: 2774-518X ←ISSN→ e-ISSN: 2775-2828
JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS INDONESIA
JABISI
Vol. 7, No. 2, Oktober 2026, pp. 233-247
DOI: https://doi.org/10.55122/jabisi.v7i2.2399

STRATEGI PANDER DIGITAL DALAM MODEL EKONOMI KREATIF KASAI BISA: PERAN CUSTOMER ORDER MANAGEMENT DAN MODERNISASI KEMASAN TERHADAP KEBERLANJUTAN USAHA BERBASIS KEARIFAN LOKAL

PENULIS [1)]**Iwan Christian,** [2)]**Theresia Octaviani,** [3)]**Glenn Andrenossa,** [4)]**Rian Sidiq Prakoso**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Strategi Digital Pander, Pengelolaan Pesanan Pelanggan, dan Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal pada perajin Kasai Bisa di Kota Palangka Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain potong lintang (*cross-sectional*) terhadap 28 perajin aktif di Kompleks Sosial Mendawai melalui teknik total sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert lima poin dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Digital Pander dan Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sedangkan Pengelolaan Pesanan Pelanggan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan dengan nilai R Square sebesar 0,850, yang menunjukkan kemampuan model menjelaskan 85% variasi keberlanjutan usaha. Dari perspektif akuntansi manajemen dan sistem informasi akuntansi, aktivitas digital, informasi pesanan, dan keputusan terkait kemasan mendukung perencanaan, pengendalian, evaluasi, serta pengambilan keputusan bisnis. Penelitian ini mengintegrasikan strategi digital berbasis budaya, pengelolaan informasi pesanan, dan modernisasi kemasan dalam model keberlanjutan usaha mikro tradisional dengan tetap mempertahankan identitas budaya Dayak.

Kata Kunci: Strategi Digital Pander, Pengelolaan Pesanan Pelanggan, Kearifan Lokal, Keberlanjutan Usaha, Modernisasi Kemasan Produk

AFILIASI
Program Studi: [1,2,3)]Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, [4)]Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Nama Institusi: [1,2,3,4)]Universitas Palangka Raya
Alamat Institusi: [1,2,3,4)]Jalan Yos Sudarso, Panarung, Pahandut, Palangka Raya, Kalimantan Tengah

KORESPONDENSI
Penulis: Theresia Octaviani
Email: theresia.octaviani@feb.upr.ac.id

LICENSE
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 Internasional License.

I. PENDAHULUAN

Tradisi masyarakat Dayak di Kalimantan Tengah berkembang melalui hubungan yang erat antara masyarakat, lingkungan alam, dan pengetahuan lokal yang diwariskan antargenerasi. Kearifan lokal tersebut tercermin dalam nilai, praktik budaya, serta cara masyarakat mempertahankan identitas komunitas melalui berbagai aktivitas sosial dan ekonomi (Usop & Rajiani, 2021). Salah satu bentuk pengetahuan lokal tersebut adalah *Kasai Bisa,* yaitu bedak basah tradisional berbahan alami yang hingga saat ini masih diproduksi oleh komunitas perempuan Dayak di Komplek Sosial Mendawai, Kota Palangka Raya. Bagi para pengrajinnya, *Kasai Bisa* tidak hanya memiliki nilai budaya, tetapi juga memiliki nilai ekonomi karena menjadi bagian dari aktivitas usaha rumah tangga. Produk berbasis kearifan lokal memiliki peluang untuk dikembangkan dalam kerangka ekonomi kreatif apabila mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha tanpa kehilangan identitas budaya yang menjadi karakter utamanya (Yudiantara et al., 2024). Dalam konteks tersebut, keberlanjutan *Kasai Bisa* tidak hanya bergantung pada kemampuan mempertahankan produksi dan penjualan, tetapi juga pada kemampuan pengrajin dalam mengelola informasi, aktivitas operasional, dan sumber daya usaha secara berkelanjutan.

Usaha mikro memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Sektor UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja, sehingga keberlanjutan usaha mikro menjadi bagian penting dalam penguatan perekonomian masyarakat (Kemenko Perekonomian, 2023). Pada tingkat usaha, keberlanjutan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mempertahankan penjualan, tetapi juga dengan kemampuan pelaku usaha melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan berdasarkan informasi yang tersedia. Dalam perspektif akuntansi manajemen, informasi menjadi bagian penting dalam membantu pelaku usaha memahami kondisi operasional, mengevaluasi aktivitas usaha, dan menentukan tindakan yang mendukung keberlangsungan usaha. Maelah et al. (2021) menunjukkan bahwa informasi akuntansi manajemen memiliki kegunaan dalam proses pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah. Peran informasi tersebut juga didukung oleh Al-Hattami et al. (2021) yang menunjukkan bahwa keberhasilan sistem informasi akuntansi berkaitan positif dengan kinerja UKM, serta Kusumawardhani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa digitalisasi sistem akuntansi dapat meningkatkan kualitas informasi dan mendukung efektivitas pengambilan keputusan. Dalam konteks UMKM Indonesia, sistem informasi akuntansi juga memiliki peran dalam hubungan antara strategi usaha dan kinerja (Latifah et al., 2021), serta dapat mendukung keberlanjutan usaha melalui penyediaan informasi yang diperlukan dalam pengambilan keputusan (Lestari et al., 2021). Hubungan antara informasi akuntansi manajemen dan keberlanjutan bisnis semakin menegaskan bahwa informasi yang relevan dibutuhkan dalam mendukung pengelolaan usaha secara berkelanjutan (Komarudin, 2024).

Perkembangan teknologi digital turut mengubah cara usaha mikro memperoleh, mengelola, dan memanfaatkan informasi bisnis. Digitalisasi mendorong usaha kecil dan menengah untuk menyesuaikan model bisnis, sumber daya, serta proses pengambilan keputusan agar tetap relevan dengan perubahan lingkungan usaha (Bouwman et al., 2019; Eller et al., 2020). Transformasi digital pada UMKM juga dapat berlangsung melalui berbagai jalur penyesuaian model bisnis sesuai dengan kondisi dan kemampuan usaha (Priyono et al., 2020). Dalam konteks keberlanjutan, transformasi digital memiliki potensi untuk mendukung pencapaian tujuan keberlanjutan usaha, meskipun proses tersebut juga menghadapi keterbatasan sumber daya, teknologi, dan kemampuan organisasi (Guandalini, 2022; Philbin et al., 2022; Rupeika-Apoga & Petrovska, 2022). Media digital tidak hanya dapat digunakan sebagai sarana promosi, tetapi juga menghasilkan informasi mengenai respons pelanggan, pola permintaan, interaksi dengan konsumen, serta perkembangan kebutuhan pasar. Informasi tersebut merupakan informasi non keuangan yang dapat melengkapi informasi usaha dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Dalam konteks *Kasai Bisa*, Strategi Pander Digital dikembangkan sebagai pendekatan yang mengintegrasikan pemanfaatan media digital dengan penyampaian narasi budaya, interaksi dengan pelanggan, dan konsistensi promosi digital. Pendekatan pemasaran digital yang mengintegrasikan kearifan lokal dapat membantu usaha memperkuat

keterlibatan konsumen sekaligus mempertahankan identitas budaya yang melekat pada produk (Rubedo et al., 2024). Dengan demikian, *Strategi Pander Digital* tidak semata-mata diposisikan sebagai aktivitas pemasaran, tetapi juga sebagai salah satu sumber informasi non keuangan yang dapat mendukung pelaku usaha dalam memahami respons pasar dan mengambil keputusan usaha. Relevansi antara transformasi digital dan nilai lokal juga terlihat pada penelitian Dwijayanti et al. (2023), yang menunjukkan bahwa transformasi digital berpengaruh terhadap kinerja UMKM dan bahwa kearifan lokal dapat menjadi bagian penting dalam hubungan antara perubahan digital dan aktivitas usaha. Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa digitalisasi pada usaha berbasis budaya perlu ditempatkan secara kontekstual agar perkembangan usaha tetap berjalan bersama dengan nilai lokal yang menjadi identitasnya.

Selain informasi yang diperoleh melalui aktivitas digital, pengelolaan pesanan pelanggan merupakan bagian penting dalam pengelolaan informasi transaksi usaha. *Customer Order Management* dalam penelitian ini mencakup pencatatan pesanan pelanggan, ketepatan pemrosesan pesanan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, serta pengelolaan data pelanggan. Dalam perspektif sistem informasi akuntansi, pencatatan dan pengolahan aktivitas penjualan yang dilakukan secara tertib diperlukan agar pelaku usaha memperoleh informasi yang akurat untuk mendukung pengendalian dan pengambilan keputusan. Atmojo dan Apriyaningsih (2020) menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi pada aktivitas penjualan UMKM berkaitan dengan kebutuhan akan pencatatan yang akurat dan pengendalian aktivitas usaha. Sementara itu, Lam et al. (2024) menekankan pentingnya transformasi digital dalam meningkatkan akurasi informasi dan kinerja aktivitas logistik, sedangkan Saha et al. (2016) menunjukkan bahwa pengelolaan pesanan berkaitan dengan proses pemenuhan pesanan, pengaturan prioritas, ketepatan waktu, dan pengurangan risiko keterlambatan. Pada usaha mikro, pengelolaan tersebut tidak harus berbentuk sistem informasi yang kompleks, tetapi dapat disesuaikan dengan skala usaha dan kebutuhan informasi penggunanya.

Berdasarkan identifikasi awal yang dilakukan dalam rangkaian penelitian ini, aktivitas usaha pengrajin Kasai Bisa masih dikelola secara relatif sederhana. Pemasaran masih banyak dilakukan secara langsung dan melalui komunikasi dari mulut ke mulut, pemanfaatan media digital belum optimal, pengelolaan pesanan pelanggan masih dilakukan secara manual, dan kemasan produk masih relatif sederhana. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa persoalan yang dihadapi tidak hanya berkaitan dengan pemasaran produk, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana informasi pelanggan, informasi pesanan, dan informasi operasional dikelola dan digunakan dalam aktivitas usaha. Keterbatasan dalam pengelolaan informasi dapat menyebabkan pelaku usaha lebih banyak mengandalkan pengalaman dan kebiasaan dalam mengambil keputusan dibandingkan informasi usaha yang terdokumentasi secara sistematis. Dalam perspektif akuntansi, kondisi tersebut menjadi relevan karena kualitas dan ketersediaan informasi merupakan bagian penting dalam mendukung fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan pada usaha.

Aspek lain yang turut berkaitan dengan keputusan usaha adalah modernisasi kemasan produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi melibatkan keputusan mengenai penggunaan bahan, desain, keamanan, penyediaan informasi produk, serta identitas yang ingin ditampilkan kepada konsumen. Keputusan tersebut memiliki konsekuensi terhadap penggunaan sumber daya dan biaya usaha sehingga informasi mengenai biaya dan manfaat dari pilihan kemasan menjadi relevan bagi pengambilan keputusan. Dalam perspektif akuntansi manajemen, penggunaan informasi dalam mengevaluasi berbagai alternatif keputusan merupakan bagian penting dalam pengelolaan usaha (Maelah et al., 2021). Pada usaha mikro, inovasi kemasan diketahui dapat memberikan nilai tambah dan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan (Pranowo et al., 2024). Dalam konteks Kasai Bisa, Modernisasi Kemasan Produk mencakup desain visual, keamanan dan higienitas, kelengkapan informasi produk, serta identitas budaya pada kemasan. Modernisasi tersebut tidak diarahkan untuk menghilangkan karakter tradisional Kasai Bisa, tetapi untuk menghadirkan produk dalam bentuk yang lebih aman, informatif, dan adaptif terhadap kebutuhan pasar dengan tetap mempertahankan identitas budaya Dayak.

Keterkaitan antara *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha mikro dapat dipahami tidak hanya dari dimensi pemasaran, tetapi juga dari kemampuan pelaku usaha mengelola informasi dan menggunakan informasi tersebut dalam proses pengambilan keputusan. *Strategi Pander Digital* menghasilkan informasi mengenai interaksi dan respons pasar, *Customer Order Management* berkaitan dengan pencatatan serta pengelolaan informasi pesanan, sedangkan modernisasi kemasan membutuhkan keputusan mengenai penggunaan sumber daya dan penciptaan nilai produk. Ketiga aspek tersebut menghasilkan informasi operasional dan non keuangan yang dapat melengkapi informasi usaha dalam mendukung perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Perspektif tersebut memperkuat keterkaitan penelitian ini dengan bidang akuntansi manajemen dan sistem informasi akuntansi tanpa mengubah karakter masing-masing variabel penelitian.

Penelitian terdahulu telah membahas pemasaran digital, pengelolaan pesanan, inovasi kemasan, serta keberlanjutan usaha, tetapi aspek-aspek tersebut masih banyak dianalisis secara terpisah. Rubedo et al. (2024) menekankan peran pemasaran digital berbasis kearifan lokal, Saha et al. (2016) dan Lam et al. (2024) menempatkan pengelolaan pesanan serta informasi sebagai bagian penting dalam aktivitas operasional, sedangkan Pranowo et al. (2024) menunjukkan relevansi inovasi kemasan terhadap kinerja usaha mikro. Di sisi lain, penelitian mengenai informasi akuntansi manajemen menunjukkan pentingnya informasi bagi pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah (Maelah et al., 2021). Meskipun demikian, kajian yang mengintegrasikan *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk dalam satu model untuk menjelaskan keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal masih terbatas, khususnya pada produk tradisional yang dikelola oleh komunitas perempuan Dayak di Kalimantan Tengah.

Kebaruan penelitian ini terletak pada *pengembangan Strategi Pander Digital* dan integrasinya dengan *Customer Order Management* serta Modernisasi Kemasan Produk dalam Model Ekonomi Kreatif Kasai Bisa. Berbeda dengan penelitian yang menempatkan aktivitas digital, pengelolaan pesanan, dan kemasan terutama sebagai instrumen pemasaran atau operasional, penelitian ini juga menempatkan ketiga aspek tersebut sebagai bagian dari informasi usaha yang relevan bagi proses perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan. Kontribusi utama penelitian ini adalah memperluas pembahasan keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal melalui perspektif akuntansi manajemen dan sistem informasi akuntansi dengan mengintegrasikan informasi digital, informasi pesanan pelanggan, serta keputusan penggunaan sumber daya dalam modernisasi kemasan. Perspektif tersebut diharapkan dapat memperkaya kajian akuntansi pada usaha mikro yang masih menggunakan pencatatan dan pengelolaan informasi secara sederhana.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Strategi Pander Digital, Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal pada pengrajin Kasai Bisa di Kota Palangka Raya. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai peran informasi digital, pengelolaan informasi pesanan, serta keputusan modernisasi kemasan dalam mendukung keberlanjutan usaha sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian akuntansi pada usaha mikro berbasis kearifan lokal.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Kearifan lokal merupakan pengetahuan, nilai, dan praktik yang berkembang dalam kehidupan masyarakat serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Pada masyarakat Dayak di Kalimantan Tengah, nilai-nilai lokal menjadi bagian dari identitas komunitas dan berkaitan dengan hubungan masyarakat terhadap lingkungan, adat, serta sumber daya yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam aktivitas ekonomi, kearifan lokal tidak hanya tercermin pada bentuk produk, tetapi juga pada pengetahuan mengenai bahan, proses produksi, cara pemanfaatan sumber daya, serta nilai budaya yang melatarbelakangi terbentuknya suatu produk (Usop & Rajiani, 2021).

Keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal menggambarkan kemampuan usaha untuk mempertahankan kegiatan ekonominya sekaligus menjaga nilai budaya yang menjadi identitas produk. Keberlanjutan tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemampuan mempertahankan penjualan, tetapi juga mencakup kemampuan memperluas akses pasar, beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha, dan mempertahankan karakter lokal yang menjadi pembeda produk. Yudiantara et al. (2024) menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki keterkaitan dengan kinerja dan keberlanjutan usaha kecil dan menengah. Wardokhi et al. (2023) juga menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM merupakan proses yang melibatkan berbagai dimensi usaha dan memerlukan strategi untuk menjaga keberlangsungan aktivitas bisnis. Dalam perspektif akuntansi manajemen, keberlanjutan membutuhkan informasi keuangan maupun non keuangan yang dapat digunakan dalam proses perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan pengambilan keputusan (Maelah et al., 2021; Komarudin, 2024). Perspektif akuntansi dan pengendalian juga relevan dalam pembahasan keberlanjutan pada UKM karena proses keberlanjutan berkaitan dengan bagaimana informasi dan mekanisme pengendalian digunakan dalam pengelolaan aktivitas usaha (Johnstone, 2020).

Dalam penelitian ini, Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal dipahami sebagai kemampuan pengrajin Kasai Bisa dalam mempertahankan dan mengembangkan kegiatan usaha tanpa menghilangkan identitas budaya yang melekat pada produk. Variabel ini direfleksikan melalui keberlangsungan usaha, perluasan akses pasar, kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha, serta pelestarian nilai budaya. Keempat aspek tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan Kasai Bisa tidak semata-mata berorientasi pada kelangsungan ekonomi, tetapi juga pada kemampuan pengrajin mengelola perubahan usaha dengan tetap mempertahankan nilai budaya Dayak sebagai karakter utama produk (Yudiantara et al., 2024; Usop & Rajiani, 2021).

2.2 Strategi Pander Digital

Strategi Pander Digital merupakan pendekatan yang mengintegrasikan pemanfaatan media digital dengan penyampaian nilai dan identitas budaya produk. Dalam konteks usaha berbasis kearifan lokal, media digital tidak hanya digunakan untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas, tetapi juga untuk menyampaikan cerita, makna, dan karakter budaya yang melekat pada produk. Rubedo et al. (2024) menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis kearifan lokal dapat memperkuat keterlibatan konsumen sekaligus mempertahankan identitas budaya sebagai karakter pembeda produk.

Dalam perspektif akuntansi manajemen, aktivitas digital juga dapat menghasilkan informasi non keuangan mengenai respons pelanggan, pola interaksi, kebutuhan pasar, dan perubahan preferensi konsumen yang dapat dimanfaatkan dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan usaha. Maelah et al. (2021) menegaskan pentingnya informasi dalam mendukung pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah. Sementara itu, Canhoto et al. (2021) menunjukkan bahwa penyelarasan strategi digital dengan kemampuan usaha untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis merupakan bagian penting dalam pengembangan usaha kecil dan menengah.

Dalam penelitian ini, *Strategi Pander Digital* dipahami sebagai pendekatan pemanfaatan media digital yang mengintegrasikan aktivitas komunikasi usaha dengan nilai budaya Kasai Bisa. Variabel ini direfleksikan melalui pemanfaatan media digital, narasi budaya, interaksi dengan pelanggan, dan konsistensi promosi digital. Keempat aspek tersebut menggambarkan kemampuan pengrajin dalam menggunakan media digital tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sumber informasi non keuangan yang dapat mendukung adaptasi, evaluasi, dan pengambilan keputusan dalam menjaga keberlanjutan usaha Kasai Bisa (Rubedo et al., 2024; Maelah et al., 2021).

2.3 *Customer Order Management*

Customer Order Management merupakan proses pengelolaan pesanan pelanggan yang mencakup penerimaan, pencatatan, pemrosesan, pemantauan, hingga pemenuhan pesanan. Dalam perspektif sistem informasi akuntansi, transaksi penjualan perlu dicatat, diproses, dan disajikan

menjadi informasi yang dapat digunakan untuk mendukung aktivitas operasional, pengendalian, serta pengambilan keputusan (Romney et al., 2021). Pada usaha mikro, pengelolaan informasi pesanan tidak harus menggunakan sistem yang kompleks, tetapi dapat dilakukan melalui pencatatan sederhana yang mampu menyediakan informasi mengenai pelanggan, jumlah pesanan, waktu penyelesaian, dan status transaksi secara lebih terstruktur. Atmojo dan Apriyaningsih (2020) menunjukkan pentingnya pencatatan yang akurat pada aktivitas penjualan UMKM, sementara Mediaty et al. (2025) menegaskan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi pada UMKM dapat mendukung efisiensi operasional, akurasi informasi, dan pengambilan keputusan.

Pengelolaan pesanan yang baik dapat meningkatkan ketepatan informasi, membantu mengurangi kesalahan dalam pemrosesan pesanan, serta mendukung pengendalian proses pemenuhan pesanan. Saha et al. (2016) menjelaskan bahwa pengelolaan pesanan berkaitan dengan penentuan prioritas, ketepatan waktu pemenuhan, serta pengurangan risiko keterlambatan. Sementara itu, Lam et al. (2024) menunjukkan bahwa transformasi digital dalam aktivitas logistik dan pengelolaan informasi dapat meningkatkan akurasi informasi serta kinerja proses. Dengan demikian, *Customer Order Management* dapat dipahami tidak hanya sebagai aktivitas pelayanan pelanggan, tetapi juga sebagai bagian dari pengelolaan informasi transaksi yang mendukung keteraturan aktivitas usaha.

Dalam penelitian ini, *Customer Order Management* dipahami sebagai kemampuan pengrajin Kasai Bisa dalam mengelola informasi pesanan pelanggan secara tertib dan tepat. Variabel ini direfleksikan melalui pencatatan pesanan pelanggan, ketepatan pemrosesan pesanan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, serta pengelolaan data pelanggan. Pengelolaan keempat aspek tersebut dapat membantu menyediakan informasi yang lebih terstruktur mengenai aktivitas penjualan dan pelanggan, sehingga dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam pengendalian operasional dan pengambilan keputusan usaha (Atmojo & Apriyaningsih, 2020; Saha et al., 2016). Perkembangan dari pencatatan manual menuju penggunaan sistem yang lebih terkomputerisasi juga dapat membantu mempercepat dan meningkatkan ketepatan pengolahan informasi transaksi. Dalam konteks pencatatan akuntansi, Miharja dan Wulandari (2021) menunjukkan relevansi penggunaan perangkat lunak akuntansi sebagai alternatif terhadap proses pencatatan transaksi yang dilakukan secara manual.

2.4 Modernisasi Kemasan Produk

Modernisasi kemasan produk merupakan upaya pengembangan kemasan agar lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar tanpa menghilangkan karakter utama produk. Pada usaha mikro, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi sarana penyampaian informasi dan identitas produk. Pranowo et al. (2024) menunjukkan bahwa inovasi kemasan dapat memberikan nilai tambah dan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan pada usaha mikro. Dengan demikian, modernisasi kemasan dapat dipandang sebagai salah satu bentuk adaptasi usaha terhadap perubahan kebutuhan pasar sekaligus upaya memperkuat nilai produk.

Dalam perspektif akuntansi manajemen, keputusan mengenai kemasan berkaitan dengan penggunaan sumber daya, biaya, dan manfaat yang diharapkan dari suatu aktivitas usaha. Informasi mengenai jenis bahan, keamanan, tampilan, kelengkapan informasi, dan fungsi kemasan dapat menjadi bagian dari pertimbangan dalam memilih alternatif yang memberikan nilai tambah bagi usaha. Maelah et al. (2021) menegaskan pentingnya informasi akuntansi manajemen dalam mendukung proses pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah, sedangkan Bhatti et al. (2023) menunjukkan bahwa praktik kemasan yang dikembangkan secara berkelanjutan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha.

Dalam penelitian ini, Modernisasi Kemasan Produk dipahami sebagai upaya pengrajin Kasai Bisa dalam mengembangkan fungsi dan tampilan kemasan agar lebih sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan identitas budaya produk. Variabel ini direfleksikan melalui desain visual, keamanan dan higienitas, informasi produk, serta identitas budaya pada kemasan. Keempat aspek tersebut menggambarkan bahwa keputusan mengenai kemasan tidak hanya berorientasi pada

tampilan, tetapi juga berkaitan dengan perlindungan produk, penyediaan informasi kepada konsumen, serta penciptaan nilai yang dapat mendukung keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal (Pranowo et al., 2024; Bhatti et al., 2023).

2.5 Pengembangan Hipotesis

2.5.1 Pengaruh *Strategi Pander Digital* terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Strategi Pander Digital memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan media digital untuk menyampaikan identitas budaya sekaligus memperoleh informasi mengenai respons pelanggan dan perkembangan pasar. Informasi tersebut dapat menjadi informasi non keuangan yang mendukung evaluasi dan pengambilan keputusan usaha. Rubedo et al. (2024) menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis kearifan lokal dapat memperkuat keterlibatan konsumen, sedangkan Maelah et al. (2021) menegaskan pentingnya informasi dalam mendukung pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, semakin baik penerapan *Strategi Pander Digital,* semakin besar pula kemampuannya dalam mendukung keberlanjutan usaha Kasai Bisa.

H_1: *Strategi Pander Digital* berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal pada pengrajin *Kasai Bisa*.

2.5.2 Pengaruh *Customer Order Management* terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Customer Order Management berkaitan dengan pencatatan, pemrosesan, pemantauan, dan pemenuhan pesanan pelanggan secara tertib. Informasi pesanan yang akurat dapat membantu pelaku usaha mengurangi kesalahan, mengendalikan proses pemenuhan pesanan, dan menyediakan informasi yang mendukung pengambilan keputusan. Saha et al. (2016) menunjukkan bahwa pengelolaan pesanan berkaitan dengan ketepatan waktu dan pengurangan risiko keterlambatan, sedangkan Lam et al. (2024) menekankan pentingnya akurasi informasi dalam mendukung kinerja proses. Pada usaha mikro, pencatatan transaksi yang lebih tertib juga dapat memperkuat kualitas informasi usaha (Atmojo & Apriyaningsih, 2020).

H_2: *Customer Order Management* berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal pada pengrajin *Kasai Bisa*

2.5.3 Pengaruh Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Modernisasi kemasan merupakan bentuk keputusan usaha yang berkaitan dengan penggunaan sumber daya, perlindungan produk, penyampaian informasi, dan penciptaan nilai tambah. Pranowo et al. (2024) menunjukkan bahwa inovasi kemasan berkontribusi terhadap peningkatan kinerja penjualan usaha mikro, sedangkan Bhatti et al. (2023) menunjukkan bahwa praktik kemasan yang dikembangkan secara berkelanjutan dapat mendukung kinerja usaha. Dalam perspektif akuntansi manajemen, informasi mengenai biaya dan manfaat dari alternatif kemasan juga relevan dalam mendukung pengambilan keputusan usaha (Maelah et al., 2021).

H_3: Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal pada pengrajin *Kasai Bisa*.

2.5.4 Pengaruh *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Keberlanjutan usaha mikro dapat diperkuat melalui kemampuan pelaku usaha mengelola informasi pasar, informasi transaksi, dan keputusan penggunaan sumber daya secara terintegrasi. *Strategi Pander Digital* menyediakan informasi mengenai interaksi dan respons pasar, *Customer Order Management* mendukung keteraturan informasi pesanan, sedangkan Modernisasi Kemasan

Produk berkaitan dengan keputusan penciptaan nilai dan penggunaan sumber daya. Keterpaduan informasi tersebut dapat mendukung fungsi perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan pada usaha mikro (Maelah et al., 2021). Temuan Rubedo et al. (2024), Saha et al. (2016), serta Pranowo et al. (2024) juga menunjukkan bahwa aspek digital, pengelolaan pesanan, dan inovasi kemasan masing-masing memiliki relevansi terhadap pengembangan dan kinerja usaha.

H_4: *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk secara simultan berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal pada pengrajin *Kasai Bisa*.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan desain *cross-sectional*. Desain *cross-sectional* digunakan untuk memperoleh data dari responden pada satu periode pengamatan guna menganalisis hubungan antarvariabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2020). Pendekatan tersebut digunakan untuk menganalisis pengaruh *Strategi Pander Digital, Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal pada pengrajin Kasai Bisa di Kota Palangka Raya. Unit analisis penelitian adalah pengrajin Kasai Bisa yang secara langsung menjalankan kegiatan produksi dan usaha di Komplek Sosial Mendawai, Kota Palangka Raya. Populasi penelitian mencakup seluruh pengrajin Kasai Bisa yang masih aktif menjalankan usaha di Komplek Sosial Mendawai, Kota Palangka Raya. Penentuan sampel menggunakan teknik total sampling, yaitu seluruh anggota populasi yang memenuhi karakteristik sebagai pengrajin aktif dijadikan responden penelitian. Berdasarkan hasil identifikasi dan pengumpulan data, jumlah responden yang digunakan sebanyak 28 pengrajin. Pemilihan seluruh anggota populasi dilakukan karena jumlah populasi relatif terbatas sehingga seluruh pengrajin aktif dapat dilibatkan sebagai responden. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju. Penggunaan kuesioner dan skala pengukuran merupakan bagian dari proses pengumpulan serta pengukuran data dalam penelitian kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2020).

Variabel penelitian terdiri atas *Strategi Pander Digital* (X1), *Customer Order Management* (X2), Modernisasi Kemasan Produk (X3), dan Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal (Y). *Strategi Pander Digital* diukur melalui pemanfaatan media digital, narasi budaya, interaksi dengan pelanggan, dan konsistensi promosi digital. *Customer Order Management* diukur melalui pencatatan pesanan pelanggan, ketepatan pemrosesan pesanan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, dan pengelolaan data pelanggan. Modernisasi Kemasan Produk diukur melalui desain visual, keamanan dan higienitas, informasi produk, dan identitas budaya. Sementara itu, Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal diukur melalui keberlangsungan usaha, perluasan akses pasar, kemampuan beradaptasi, dan pelestarian nilai budaya.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas instrumen, serta uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen secara simultan. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui kemampuan *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk dalam menjelaskan variasi Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Strategi Pander Digital (X1)	Pemanfaatan media digital; narasi budaya; interaksi dengan pelanggan; konsistensi promosi digital
Customer Order Management (X2)	Pencatatan pesanan pelanggan; ketepatan pemrosesan pesanan; ketepatan waktu penyelesaian pesanan; pengelolaan data pelanggan

Modernisasi Kemasan Produk (X3)	Desain visual; keamanan dan higienitas; informasi produk; identitas budaya
Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal (Y)	Keberlangsungan usaha; perluasan akses pasar; kemampuan beradaptasi; pelestarian nilai budaya

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Uji Instrumen

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Rentang Korelasi Item-Total	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Strategi Pander Digital (X1)	0,850–0,964	0,978	Valid dan reliabel
*Customer Order Management (*X2*)*	0,838–0,951	0,979	Valid dan reliabel
Modernisasi Kemasan Produk (X3*)*	0,856–0,954	0,977	Valid dan reliabel
Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal (Y)	0,836–0,944	0,977	Valid dan reliabel

Berdasarkan hasil pengujian instrumen, seluruh item pernyataan pada variabel *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, Modernisasi Kemasan Produk, dan Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal memiliki nilai korelasi item-total yang tinggi dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada pada kisaran 0,977–0,979 dan lebih besar dari batas minimum 0,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik sehingga dinyatakan reliabel.

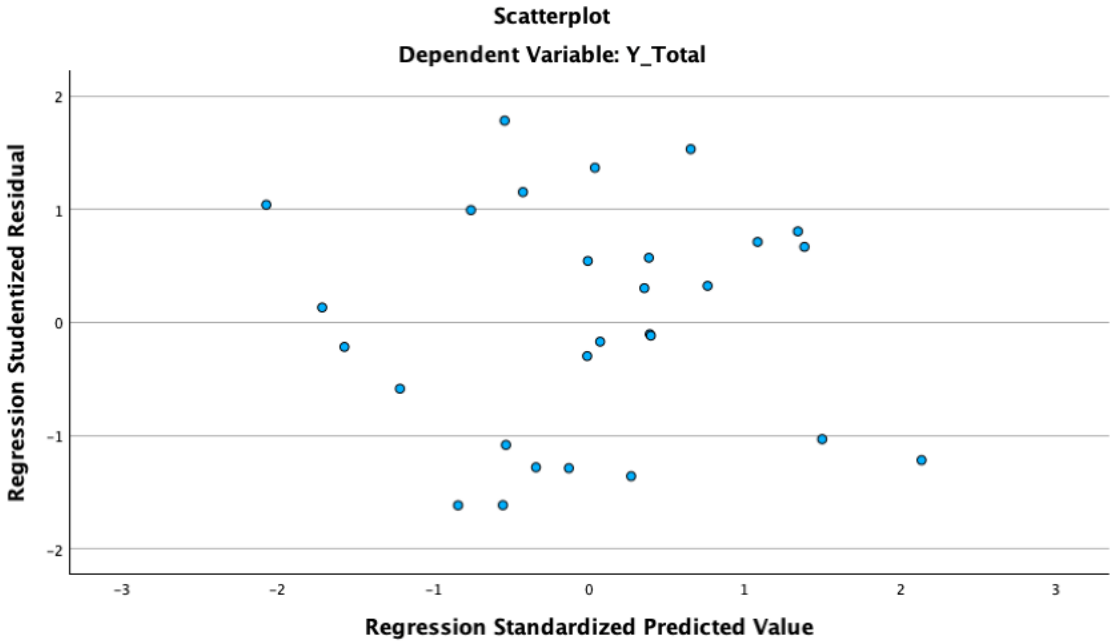
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan melalui uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Hasil	Kesimpulan
Normalitas	Sig. = 0,200 > 0,05	Residual berdistribusi normal
Multikolinearitas	Tolerance = 0,910–0,995; VIF = 1,005–1,099	Tidak terjadi multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Titik pada *scatterplot* menyebar tanpa pola tertentu	Tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi 0,200 > 0,05 sehingga residual berdistribusi normal. Seluruh variabel independen juga memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10, sehingga model tidak mengalami multikolinearitas.



Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan *scatterplot*, titik-titik residual menyebar di atas dan di bawah nilai nol serta tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, model regresi tidak menunjukkan indikasi heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi klasik untuk dilanjutkan pada analisis regresi.

4.1.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien B	t	Sig.	Keterangan
Strategi Pander Digital (X1)	0,756	9,602	<0,001	Signifikan
Customer Order Management (X2)	0,082	1,005	0,325	Tidak signifikan
Modernisasi Kemasan Produk (X3)	0,536	6,486	<0,001	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = -13{,}494 + 0{,}756X1 + 0{,}082X2 + 0{,}536X3}$$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Strategi Pander Digital* memiliki koefisien positif sebesar 0,756 dengan nilai signifikansi <0,001, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Modernisasi Kemasan Produk juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien sebesar 0,536 dan nilai signifikansi <0,001. Sementara itu, *Customer Order Management* memiliki koefisien positif sebesar 0,082, tetapi nilai signifikansinya sebesar 0,325 > 0,05 sehingga pengaruhnya tidak signifikan.

4.1.4 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, keputusan pengujian hipotesis dapat diringkas sebagai berikut.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Pernyataan	Hasil
H1	*Strategi Pander Digital* berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal	Diterima

H2	*Customer Order Management* berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal	Ditolak
H3	Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh positif terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal	Diterima
H4	*Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk secara simultan berpengaruh terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal	Diterima

Hasil pengujian menunjukkan bahwa H1 dan H3 diterima karena *Strategi Pander Digital* dan Modernisasi Kemasan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. H2 ditolak karena *Customer Order Management* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sementara itu, H4 diterima karena hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi <0,001, sehingga ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal.

4.1.5 Koefisien Determinasi dan Kelayakan Model

Hasil pengujian menunjukkan nilai R Square sebesar 0,850 dan Adjusted R Square sebesar 0,831. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 85% variasi Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal, sedangkan sisanya sebesar 15% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 45,294 dengan tingkat signifikansi <0,001. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan dan ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang tinggi dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pembahasan hubungan antar variabel penelitian

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Strategi Pander Digital* terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Strategi Pander Digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal dengan koefisien sebesar 0,756 dan tingkat signifikansi <0,001. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pemanfaatan media digital, penyampaian narasi budaya, interaksi dengan pelanggan, serta konsistensi promosi digital, semakin besar pula kemampuan usaha Kasai Bisa untuk mempertahankan dan mengembangkan aktivitas usahanya. Hasil ini sejalan dengan Rubedo et al. (2024) yang menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital berbasis kearifan lokal dapat memperkuat keterlibatan konsumen dan hubungan antara produk dengan nilai budaya yang melekat padanya. Namun, Gao et al. (2023) menemukan bahwa pemasaran digital tidak selalu memberikan pengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha, sehingga pengaruh strategi digital dapat berbeda sesuai karakteristik dan konteks usaha. Dalam perspektif akuntansi manajemen, temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran promosi, tetapi juga menghasilkan informasi non keuangan mengenai respons pelanggan, pola permintaan, interaksi pasar, dan perubahan preferensi konsumen. Informasi tersebut dapat digunakan oleh pengrajin sebagai bahan evaluasi dalam menentukan keputusan mengenai aktivitas usaha, produk, maupun komunikasi dengan konsumen. Maelah et al. (2021) menegaskan bahwa informasi akuntansi manajemen dapat mendukung proses pengambilan keputusan pada usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, implikasi *Strategi Pander Digital* dalam Model Ekonomi Kreatif Kasai Bisa terletak pada kemampuannya menghubungkan nilai budaya dengan informasi pasar yang dapat digunakan untuk mendukung perencanaan dan pengambilan keputusan, sehingga proses digitalisasi tidak menghilangkan identitas lokal tetapi justru memperkuat keberlanjutan usaha.

4.2.2 Pengaruh *Customer Order Management* terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Order Management* memiliki koefisien positif sebesar 0,082, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal dengan tingkat signifikansi sebesar 0,325. Temuan ini menunjukkan bahwa pencatatan pesanan, ketepatan pemrosesan, ketepatan waktu penyelesaian, dan pengelolaan data pelanggan belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan keberlanjutan usaha Kasai Bisa. Kondisi tersebut dapat berkaitan dengan karakteristik usaha yang masih berskala mikro, volume transaksi yang relatif terbatas, serta pengelolaan pesanan yang masih dilakukan secara sederhana. Meskipun demikian, Saha et al. (2016) menunjukkan bahwa pengelolaan pesanan tetap memiliki peranan dalam mendukung ketepatan pemenuhan pesanan, pengaturan prioritas, dan pengurangan risiko keterlambatan, sedangkan Lam et al. (2024) menekankan pentingnya akurasi informasi dalam meningkatkan kinerja proses operasional. Dari perspektif sistem informasi akuntansi, hasil yang tidak signifikan bukan berarti *Customer Order Management* tidak penting bagi pengrajin Kasai Bisa. Pengelolaan pesanan merupakan bagian dari informasi transaksi yang dapat digunakan untuk mengetahui jumlah pesanan, status pemenuhan, data pelanggan, serta aktivitas penjualan secara lebih tertib. Pada usaha mikro, manfaat tersebut dapat muncul terlebih dahulu dalam bentuk peningkatan keteraturan informasi dan pengendalian operasional sebelum menghasilkan pengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha. Atmojo dan Apriyaningsih (2020) menekankan pentingnya sistem informasi akuntansi dalam mendukung pencatatan aktivitas penjualan UMKM. Oleh karena itu, implikasi praktis temuan ini adalah perlunya pengembangan pencatatan pesanan secara bertahap dan sederhana agar informasi transaksi dapat digunakan secara lebih optimal sebagai dasar pengendalian dan pengambilan keputusan ketika skala usaha Kasai Bisa berkembang.

4.2.3 Pengaruh Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal dengan koefisien sebesar 0,536 dan tingkat signifikansi <0,001. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan desain visual, keamanan dan higienitas, kelengkapan informasi produk, serta pemertahanan identitas budaya pada kemasan mampu mendukung keberlanjutan usaha Kasai Bisa. Hasil ini sejalan dengan Pranowo et al. (2024) yang menunjukkan bahwa inovasi kemasan memiliki kontribusi positif terhadap kinerja penjualan usaha mikro. Bhatti et al. (2023) juga menunjukkan bahwa praktik kemasan yang dikembangkan secara berkelanjutan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah. Dalam perspektif akuntansi manajemen, modernisasi kemasan dapat dipahami sebagai keputusan mengenai penggunaan sumber daya untuk menghasilkan aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi produk. Pengrajin perlu mempertimbangkan manfaat yang diperoleh dari perubahan desain, keamanan, informasi produk, dan identitas budaya dibandingkan dengan sumber daya yang digunakan untuk menghasilkan kemasan tersebut. Informasi mengenai biaya dan manfaat dari alternatif kemasan menjadi relevan dalam membantu pelaku usaha menentukan keputusan yang sesuai dengan kondisi usahanya (Maelah et al., 2021). Dengan demikian, modernisasi kemasan pada Kasai Bisa tidak hanya berfungsi meningkatkan tampilan produk, tetapi juga menjadi keputusan bernilai ekonomi yang dapat memperkuat informasi produk, kepercayaan konsumen, serta identitas budaya Dayak sebagai karakter pembeda usaha.

4.2.4 Pengaruh *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa *Strategi Pander Digital*, *Customer Order Management,* dan Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal. Nilai F sebesar 45,294 dengan signifikansi <0,001 serta nilai R Square sebesar 0,850 menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama mampu

menjelaskan 85% variasi keberlanjutan usaha Kasai Bisa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh satu aktivitas tertentu, tetapi terbentuk melalui keterkaitan antara kemampuan memperoleh informasi pasar, mengelola informasi transaksi, dan menggunakan sumber daya untuk menciptakan nilai produk. Temuan ini mendukung hasil Rubedo et al. (2024), Saha et al. (2016), dan Pranowo et al. (2024) yang masing-masing menunjukkan relevansi aktivitas digital, pengelolaan pesanan, dan inovasi kemasan terhadap perkembangan usaha. Dari perspektif akuntansi manajemen dan sistem informasi akuntansi, ketiga variabel tersebut memiliki fungsi yang saling melengkapi. *Strategi Pander Digital* menyediakan informasi non keuangan mengenai respons pasar dan pelanggan, *Customer Order Management* menghasilkan informasi transaksi dan pesanan yang mendukung pengendalian operasional, sedangkan Modernisasi Kemasan Produk berkaitan dengan keputusan penggunaan sumber daya dan penciptaan nilai produk. Informasi yang dihasilkan dari ketiga aktivitas tersebut dapat menjadi dasar dalam proses perencanaan, pengendalian, evaluasi, dan pengambilan keputusan usaha (Maelah et al., 2021). Meskipun *Customer Order Management* tidak berpengaruh signifikan secara parsial, keberadaannya tetap relevan sebagai bagian dari sistem informasi usaha ketika diintegrasikan dengan aktivitas digital dan keputusan pengembangan produk. Dengan demikian, Model Ekonomi Kreatif Kasai Bisa menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal dapat diperkuat melalui integrasi informasi pasar, informasi transaksi, dan keputusan penggunaan sumber daya tanpa menghilangkan identitas budaya yang melekat pada produk.

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Strategi Pander Digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal. *Customer Order Management* memiliki arah pengaruh positif, tetapi tidak signifikan, sedangkan Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Secara simultan, *Strategi Pander Digital, Customer Order Management*, dan Modernisasi Kemasan Produk berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro Berbasis Kearifan Lokal dengan nilai R Square sebesar 0,850. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 85% variasi keberlanjutan usaha Kasai Bisa.

Secara teoritis, temuan penelitian memperluas pembahasan mengenai keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal dengan menempatkan aktivitas digital, pengelolaan informasi pesanan, dan keputusan modernisasi kemasan dalam perspektif akuntansi manajemen dan sistem informasi akuntansi. *Strategi Pander Digital* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi pemasaran, tetapi juga menghasilkan informasi non keuangan mengenai respons pelanggan dan pasar yang dapat digunakan dalam proses evaluasi dan pengambilan keputusan. Sementara itu, *Customer Order Management* berkaitan dengan keteraturan informasi transaksi, sedangkan Modernisasi Kemasan Produk berkaitan dengan keputusan penggunaan sumber daya dan penciptaan nilai produk. Dengan demikian, keberlanjutan usaha Kasai Bisa dapat dipahami sebagai hasil dari kemampuan pengrajin dalam mengintegrasikan informasi pasar, informasi transaksi, dan keputusan penggunaan sumber daya dengan tetap mempertahankan identitas budaya Dayak.

Secara praktis, pengrajin Kasai Bisa perlu memperkuat pemanfaatan Strategi *Pander Digital* secara konsisten agar informasi mengenai respons pelanggan dan perkembangan pasar dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Meskipun *Customer Order Management* belum menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, pencatatan pesanan dan data pelanggan tetap perlu dikembangkan secara bertahap agar informasi transaksi menjadi lebih tertib dan dapat mendukung pengendalian operasional seiring pertumbuhan usaha. Modernisasi kemasan juga perlu dikembangkan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara biaya, fungsi perlindungan, kelengkapan informasi, daya tarik produk, dan identitas budaya. Dengan demikian, pengembangan usaha Kasai Bisa tidak hanya diarahkan pada perluasan pasar, tetapi juga pada penguatan kualitas informasi dan pengambilan keputusan yang mendukung keberlanjutan usaha berbasis kearifan lokal.

Penelitian ini terbatas pada pengrajin Kasai Bisa di Komplek Sosial Mendawai, Kota Palangka Raya, dengan jumlah responden sebanyak 28 pengrajin dan menggunakan desain *cross-sectional*. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden serta mempertimbangkan variabel lain yang berkaitan dengan informasi akuntansi, pengelolaan keuangan, penggunaan teknologi, maupun faktor lain yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan usaha mikro berbasis kearifan lokal.

REFERENSI

Al-Hattami, H. M., Hashed, A. A., & Kabra, J. D. (2021). Effect of AIS success on performance measures of SMEs: Evidence from Yemen. *International Journal of Business Information Systems, 36*(1), 144–164. https://doi.org/10.1504/IJBIS.2021.112399

Atmojo, S. T., & Apriyaningsih, N. (2020). Kemungkinan penerapan sistem informasi akuntansi atas aktivitas penjualan pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Pajak, 20*(2), 201–209. https://doi.org/10.29040/jap.v20i2.709

Bhatti, S. H., Rashid, M., Arslan, A., Tarba, S., & Liu, Y. (2023). Servitized SMEs' performance and the influences of sustainable procurement, packaging, and distribution: The mediating role of eco-innovation. *Technovation, 127*, 102831. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102831

Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy, 43*(9), 101828. https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828

Canhoto, A. I., Quinton, S., Pera, R., Molinillo, S., & Simkin, L. (2021). Digital strategy aligning in SMEs: A dynamic capabilities perspective. *The Journal of Strategic Information Systems, 30*(3), 101682. https://doi.org/10.1016/j.jsis.2021.101682

Dwijayanti, N. M. A., Mariani, W. E., & Utami, N. M. M. (2023). Implementation of financial inclusion and digital transformation in MSMEs with local wisdom as moderation variables. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan, 9*(2), 181–191. https://doi.org/10.26905/ap.v9i2.10555

Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research, 112*, 119–127. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004

Gao, J., Siddik, A. B., Khawar Abbas, S., Hamayun, M., Masukujjaman, M., & Alam, S. S. (2023). Impact of e-commerce and digital marketing adoption on the financial and sustainability performance of MSMEs during the COVID-19 pandemic: An empirical study. *Sustainability, 15*(2), 1594. https://doi.org/10.3390/su15021594

Guandalini, I. (2022). Sustainability through digital transformation: A systematic literature review for research guidance. *Journal of Business Research, 148*, 456–471. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.003

Johnstone, L. (2020). A systematic analysis of environmental management systems in SMEs: Possible research directions from a management accounting and control stance. *Journal of Cleaner Production, 244*, 118802. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118802

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, August 24). *Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi*. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi

Komarudin, M. F. (2024). Implementasi sistem akuntansi manajemen lingkungan untuk keberlanjutan bisnis pada perusahaan manufaktur di Kabupaten Serang. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia (JABISI), 5*(1), 1–12. https://doi.org/10.55122/jabisi.v5i1.1259

Kusumawardhani, F. K., Ratmono, D., Wibowo, S. T., Darsono, D., Widyatmoko, S., & Rokhman, N. (2024). The impact of digitalization in accounting systems on information quality, cost reduction and decision making: Evidence from SMEs. *International Journal of Data and Network Science, 8*(2), 1111–1116. https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.11.023

Lam, H. Y., Tang, V., & Wong, L. (2024). Raising logistics performance to new levels through digital transformation. *International Journal of Engineering Business Management, 16*, 1–20. https://doi.org/10.1177/18479790241231730

Latifah, L., Setiawan, D., Aryani, Y. A., & Rahmawati, R. (2021). Business strategy–MSMEs' performance relationship: Innovation and accounting information system as mediators. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 28*(1), 1–21. https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2019-0116

Lestari, F. A., Wulandari, H., Noviyanto, P., Widyawati, I. N., & Susilowati, N. (2021). The role of accounting information systems in supporting sustainable business (Study in Wonosobo cut flower MSMEs). *Economic Education Analysis Journal, 10*(3), 454–466. https://doi.org/10.15294/eeaj.v10i3.49575

Maelah, R., Al Lami, M. F. F., & Ghassan, G. (2021). Usefulness of management accounting information in decision making among SMEs: The moderating role of cloud computing. *Asia-Pacific Management Accounting Journal, 16*(1), 59–92. https://doi.org/10.24191/APMAJ.V16i1-04

Mediaty, M., Indrijawati, A., Palureng, R. Z., Surisman, S., & Hariana, H. (2025). Implementation of accounting information systems in SME: A systematic literature review. *Golden Ratio of Finance Management, 5*(1), 52–65. https://doi.org/10.52970/grfm.v5i1.923

Miharja, K., & Wulandari, N. (2021). Perbandingan penyusunan laporan keuangan manual dengan software MYOB Accounting pada toko bangunan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia (JABISI), 2*(1), 1–13. https://doi.org/10.55122/jabisi.v2i1.199

Philbin, S., Viswanathan, R., & Telukdarie, A. (2022). Understanding how digital transformation can enable SMEs to achieve sustainable development: A systematic literature review. *Small Business International Review, 6*(1), e473. https://doi.org/10.26784/sbir.v6i1.473

Pranowo, A. S., Herdiyana, Hannan, S., & Muharram, H. (2024). Packaging innovation and selling performance in microenterprises: Role of digital marketing training. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 7*(3), 5893–5918. https://doi.org/10.31538/iijse.v7i3.5285

Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19 pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6*(4), 104. https://doi.org/10.3390/joitmc6040104

Romney, M. B., Steinbart, P. J., Summers, S. L., & Wood, D. A. (2021). *Accounting information systems* (15th ed.). Pearson.

Rubedo, H., Jusuf, D. I., Hanna, A., & Pramudya, A. F. R. (2024). Digital marketing strategies for SMEs based on local wisdom in Indonesia. *PINISI Discretion Review, 7*(2), 489–496. https://doi.org/10.26858/pdr.v7i2.66000

Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to sustainable digital transformation in micro-, small-, and medium-sized enterprises. *Sustainability, 14*(20), 13558. https://doi.org/10.3390/su142013558

Saha, C., Aqlan, F., Lam, S. S., & Boldrin, W. (2016). A decision support system for real-time order management in a heterogeneous production environment. *Expert Systems with Applications, 60*, 16–26. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2016.04.035

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). Wiley.

Usop, S. R., & Rajiani, I. (2021). Indigenous Indonesian Dayak traditional wisdom in reducing deforestation. *Indonesian Journal of Geography, 53*(3), 310–317. https://doi.org/10.22146/ijg.43546

Wardokhi, W., Ruhiyat, E., & Suripto, S. (2023). Penerapan konsep pentuple bottom line pada UMKM di Kota Tangerang Selatan dalam mewujudkan keberlanjutan usaha. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia (JABISI), 4*(2), 105–117. https://doi.org/10.55122/jabisi.v4i2.1009

Yudiantara, I. G., Sudibia, I. K., & Yuliarmi, N. N. (2024). Sustainability study of small and medium industries based on local wisdom in Denpasar City. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan, 17*(2), 295–310. https://doi.org/10.24843/JEKT.2024.v17.i02.p08