

**PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI,
E-COMMERCE, DAN *DIGITAL PAYMENT*
TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG**

Skripsi

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1 Akuntansi**



Disusun oleh :

Anisa Ayu Rahmawati

NIM. 31402300082

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI,
E-COMMERCE, DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP
KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh:

Anisa Ayu Rahmawati

NIM: 31402300082

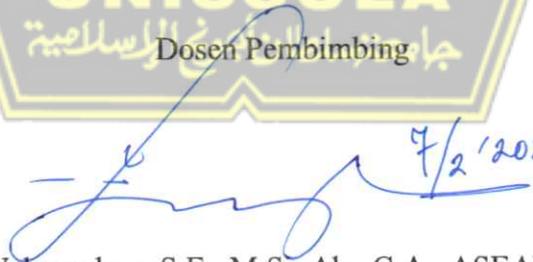
Telah disetujui oleh dosen pembimbing dan selanjutnya dapat
diajukan ke hadapan sidang panitia ujian penelitian Skripsi

Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 6 Februari 2025

Dosen Pembimbing



7/2/2025

Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si, Ak., C.A., ASEAN CPA., CRP
NIK. 211492003

**PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI,
E-COMMERCE, DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP
KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh:

Anisa Ayu Rahmawati

NIM: 31402300082

Telah dipresentasikan didepan penguji

Pada tanggal 14 Februari 2025

Susunan Dewan Penguji

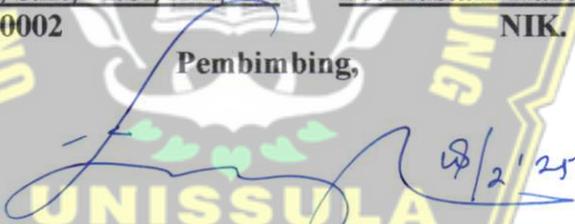
Penguji I

Penguji II


Prof. Dr. Hj. Indri Kartika, S.E., M.Si, Ak., CA
NIK. 211490002


Dr. Rustam Hanafi, SE., MSc., Ak., CA
NIK. 211403011

Pembimbing,


Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si. Ak., CA., ASEAN CPA., CRP
NIK. 211492003

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Pada Tanggal 14 Februari 2025

Ketua Program Studi S1 Akuntansi


Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., AK., CA., IFP., AWP.

NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anisa Ayu Rahmawati

NIM : 31402300082

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI, E-COMMERCE, DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA SEMARANG”** merupakan hasil karya sendiri dan bukan plagiat skripsi orang lain. Pendapat pada hasil karya orang lain yang terdapat dalam penelitian skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah penelitian skripsi. Seluruh isi dari skripsi ini menjadi tanggung jawab penulis. Apabila kemudian hari skripsi ini terbukti hasil plagiasi dari karya tulis orang lain saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Semarang, 6 Februari 2025

Yang membuat pernyataan



Anisa Ayu Rahmawati
NIM. 31402300082

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anisa Ayu Rahmawati

NIM : 31402300082

Program Studi : S1 Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Skripsi dengan judul :

Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, *E-Commerce*, dan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Semarang

dan menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasinya di internet atau media lain untuk kepentingan akademisi selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh - sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 26 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Anisa Ayu Rahmawati)

ABSTRAK

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Peningkatan Kinerja UMKM perlu disesuaikan dengan kondisi saat ini, dimana ekonomi Indonesia berada pada fase transformasi ke era ekonomi digital. Namun masih terdapat beberapa akar permasalahan yang ditemukan. Judul penelitian pengaruh penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.

Jenis penelitian kuantitatif, jenis data menggunakan data primer. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner. Populasi UMKM di Kota Semarang dan sampel yang digunakan sejumlah 97 sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastistas), analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil pengujian data valid dan reliabel, data terdistribusi normal, variabel tidak mengalami gejala multikolinearitas dan heterokedastistas. Uji hipotesis menunjukkan hasil penelitian bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dengan hasil determinasi sebesar 86,6% sedangkan 13,4% dipengaruhi faktor lain.

Kata Kunci: Sistem Informasi Akuntansi, E-Commerce, Digital Payment, Kinerja UMKM



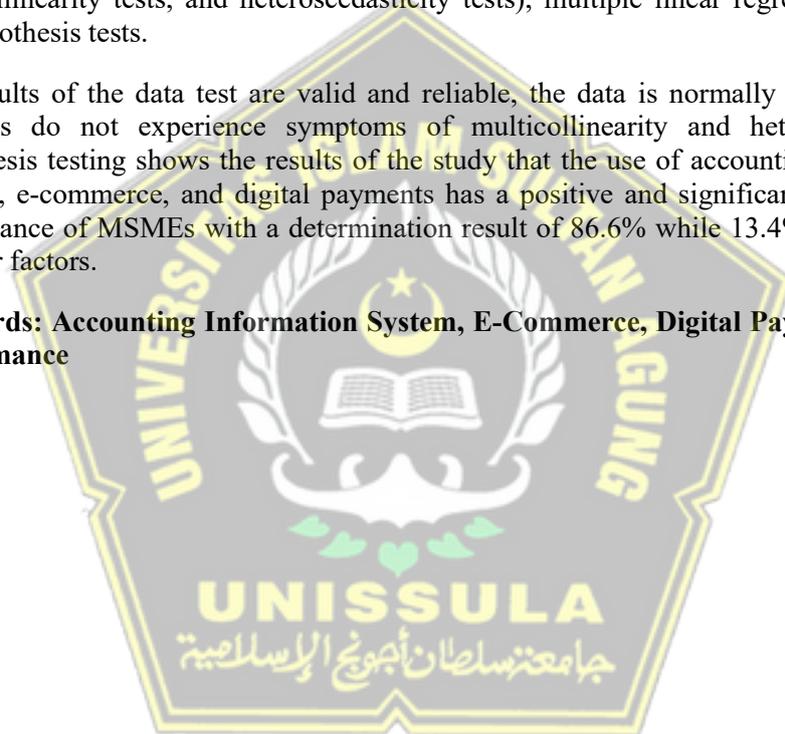
ABSTRACT

The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector plays a major role in economic growth in Indonesia. Improving MSME performance needs to be adjusted to current conditions, where the Indonesian economy is in a transformation phase to the digital economy era. However, there are still several root problems found. The title of the study is the influence of the use of accounting information systems, e-commerce, and digital payments on the performance of MSMEs in Semarang City.

Quantitative research method, type of data with primary data. Data collection techniques using questionnaires. The population of MSMEs in Semarang City and the sample used were 97 samples using purposive sampling techniques. The analysis tool used was SPSS including validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests), multiple linear regression analysis, and hypothesis tests.

The results of the data test are valid and reliable, the data is normally distributed, the variables do not experience symptoms of multicollinearity and heteroscedasticity. Hypothesis testing shows the results of the study that the use of accounting information systems, e-commerce, and digital payments has a positive and significant effect on the performance of MSMEs with a determination result of 86.6% while 13.4% is influenced by other factors.

Keywords: Accounting Information System, E-Commerce, Digital Payment, MSME Performance



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamiin atas rahmat, karunia dan hidayah Allah Subhanahu wa ta'ala, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, *E-commerce*, dan *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang” dengan baik. Dukungan, dorongan, bantuan, kerjasama, serta doa tentu tak lepas menjadi pengiring terselesaikannya usulan penelitian untuk skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, ucapan terimakasih diberikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ph.D., AK., CA., IFP., AWP. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Ibu Sri Dewi Wahyundaru, S.E., M.Si., Ak., CA., ASEAN CPA., CRP. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan baik dan memberi masukan sehingga penelitian yang dilakukan membuahkan hasil yang maksimal.
4. Ibu, Bapak, dan Adik saya yang selalu memberikan doa dan dukungan semangat baik secara moril maupun materiil.
5. Sahabat dan teman – teman saya yang selalu memberikan semangat dan menemani selama proses penyusunan proposal skripsi.
6. Semua pihak lain yang telah membantu menyelesaikan usulan penelitian untuk skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian untuk skripsi ini masih banyak kekurangan karena adanya keterbatasan. Namun penulis berharap semoga usulan penelitian untuk skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Semarang, 6 Februari 2025

Penyusun



Anisa Ayu Rahmawati

NIM. 31402300082



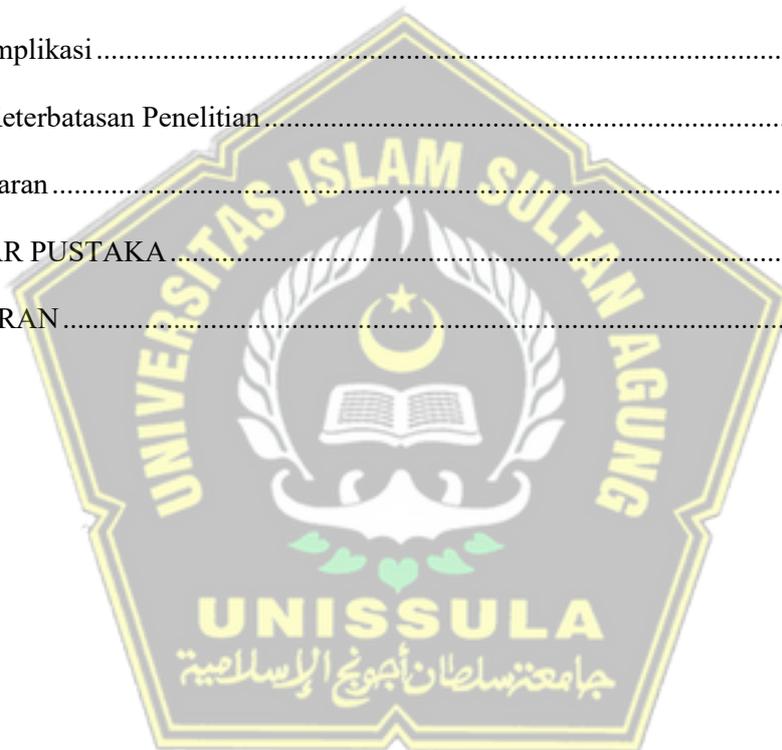
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 <i>Grand Theory</i>	10
2.1.1 Teori <i>Resource-Based View</i>	10
2.1.2 Teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.2 Variabel – Variabel Penelitian.....	12
2.2.1 Kinerja UMKM.....	12
2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi.....	14
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	16
2.2.4 <i>Digital Payment</i>	19

2.3 Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	24
2.4.1 Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM	24
2.4.2 Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja UMKM	25
2.4.3 Pengaruh Penggunaan <i>Digital Payment</i> terhadap Kinerja UMKM	26
2.5 Kerangka Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi Penelitian	29
3.2.2 Sampel Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Variabel dan Indikator	32
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	32
3.5.2 Indikator Pengukuran Variabel	33
3.6 Teknik Analisis Data	36
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	36
3.6.2 Uji Kualitas Data	36
3.6.2.1 Uji Validitas	36
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3.1 Uji Normalitas	38
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	38
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas	39

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda	39
3.6.5 Uji Hipotesis	40
3.6.5.1 Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t).....	40
3.6.5.2 Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F).....	40
3.6.5.3 Uji Koefisiensi Determinasi R Square (Uji R ²).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Karakteristik Responden	42
4.1.2 Deskripsi Sebaran Jawaban Responden.....	45
4.1.2.1 Variabel Sistem Informasi Akuntansi.....	45
4.1.2.2 Variabel E-Commerce.....	46
4.1.2.3 Variabel Digital Payment.....	48
4.1.2.4 Variabel Kinerja UMKM.....	49
4.2 Deskripsi Statistik Variabel.....	50
4.3 Uji Kualitas Data.....	52
4.3.1 Uji Validitas.....	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.4.1 Uji Normalitas	54
4.4.2 Uji Multikolinearitas	55
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	56
4.6 Uji Hipotesis	58
4.6.1 Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t).....	58
4.6.2 Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F).....	59

4.6.3 Uji Koefisiensi Determinasi R Square (Uji R ²)	60
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	61
4.7.1 Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM	61
4.7.2 Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM	63
4.7.3 Pengaruh <i>Digital payment</i> terhadap kinerja UMKM	64
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Implikasi	68
5.3 Keterbatasan Penelitian	68
5.4 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert.....	32
Tabel 3. 2 Indikator Pengukuran Variabel	34
Tabel 4. 1 Hasil Sebaran Kuesioner.....	42
Tabel 4. 2 Jenis Keamin Responden	43
Tabel 4. 3 Lama Usaha Berdiri	43
Tabel 4. 4 Lokasi Usaha	44
Tabel 4. 5 Hasil Penjualan Tahunan.....	45
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel SIA	45
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel E-Commerce	47
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Digital Payment ..	48
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM..	49
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel.....	50
Tabel 4. 11 Uji Validitas	52
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 13 Uji Normalitas	54
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4. 15 Uji Heterokediastistas	56
Tabel 4. 16 Uji Regresi linear Berganda	57
Tabel 4. 17 Uji t.....	58
Tabel 4. 18 Uji F.....	60
Tabel 4. 19 Uji R ²	60

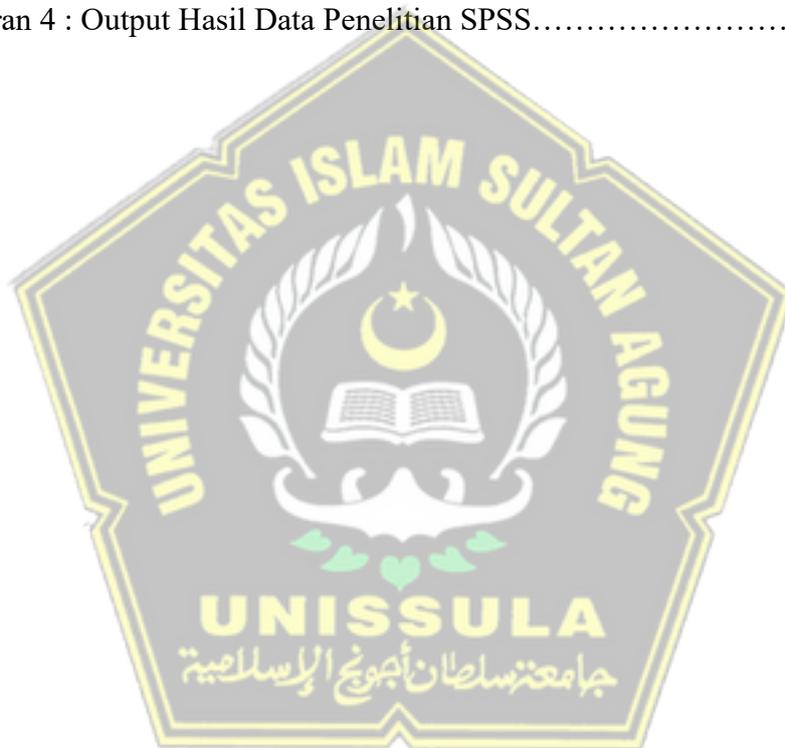
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	27
---------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2 : Data Sampel Penelitian.....	85
Lampiran 3 : Tabulasi Data Penelitian.....	89
Lampiran 4 : Output Hasil Data Penelitian SPSS.....	95



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian Indonesia berkembang ke arah yang lebih baik pasca pandemi covid-19 dan aktivitas ekonomi secara bertahap mulai pulih. Namun dampak dari pandemi juga membuat laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia masih mengalami dinamika dan belum adanya kestabilan. Data pertumbuhan ekonomi Indonesia menunjukkan angka 5,05% pada tahun 2023, lebih rendah dari angka 5,31% yang tercatat pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2024). Instrumen untuk mengukur sebagai indikator melihat laju pertumbuhan ekonomi yaitu nilai produk domestik bruto (PDB).

Sektor UMKM memiliki peranan yang signifikan dalam dinamika pertumbuhan ekonomi di Negara ini. Kontribusi UMKM terhadap nilai PDB tahun 2023 mencapai 61% setara Rp. 9.580 Triliun, UMKM juga menyumbang membuka lowongan kerja di Indonesia sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada pada tahun 2023. Sejalan dengan tren peningkatan sektor UMKM di Indonesia terus berlanjut, maka perlu diimbangi pula dengan peningkatan kinerjanya.

Peningkatan Kinerja UMKM perlu disesuaikan dengan kondisi saat ini, dimana ekonomi Indonesia berada pada fase transformasi ke era ekonomi digital. Perubahan industri ekonomi dimana penerapan digitalisasi menjadi salah satu tantangan bagi pelaku UMKM untuk menjaga eksistensi bisnis dan meningkatkan

kinerjanya. Kinerja memberikan gambaran atas keberhasilan yang dimiliki perusahaan dalam pengelolaan dan pengalokasian sumber daya yang dimiliki, sehingga hal ini dinilai penting bagi pelaku UMKM untuk keberlangsungan usahanya.

total 16 Kecamatan di Kota Semarang yang setiap tahun mengalami kenaikan jumlah UMKM, diikuti dengan perkembangan digitalisasi ekonomi mendorong pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dengan zaman. Menurut Renstra Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang (2021 – 2026) terdapat beberapa akar permasalahan yang ditemukan seperti daya saing usaha rendah, fasilitasi pemasaran dan permodalan belum berjalan optimal dan belum efektifnya pengembangan sumber daya, pemasaran, serta desain teknologi produk pelaku bisnis.

Hal yang serupa dinyatakan pada penelitian milik Marendra et al., (2022) dimana daya saing yang dimiliki UMKM masih rendah. Pelaku UMKM masih lemah dalam penggunaan teknologi yang dapat membantu kinerja UMKM. Teknologi saat ini berkembang dengan pesat yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Selain itu, UMKM juga masih lemah dalam hal akses pasar sehingga mitra yang dimiliki masih rendah. Kondisi dunia usaha yang semakin kompetitif, teknologi informasi menjadi kebutuhan mutlak untuk menunjang pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Bisnis atau usaha UMKM yang tidak mampu tumbuh dengan baik menjadi ancaman bisnis dalam keberlangsungan usaha dan perluasan bidang usaha (Indahsari et al., 2023). Kesulitan akses pemodal banyak dialami UMKM karena tidak mendapat fasilitas modal melalui

KUR. Bank Indonesia mengatur terkait persyaratan fasilitasi modal dalam PBI pasal 5 dengan No 14/22/PBI/2012. UMKM dapat mengajukan pinjaman ke Bank untuk mengembangkan usaha yang dimiliki melalui kredit ke bank.

Catatan akuntansi yang akurat sangat penting untuk memahami laba bersih, dan kurangnya manajemen yang tepat dapat menyebabkan penurunan kinerja UMKM. Sistem informasi akuntansi berperan besar dalam bisnis ini ketika digunakan secara efektif, mereka memungkinkan UKM untuk memberikan informasi yang lebih komprehensif dan berkualitas tinggi tentang operasi dan posisi keuangan (Prasetyo & Ambarwati, 2021). Ketersediaan Informasi akuntansi yang memuat informasi keuangan yang sesuai standar akuntansi dan tercermin di laporan keuangan menjadi dasar bagi pemberi pinjaman dalam memfasilitasi modal kepada UMKM.

Ketika perputaran pendapatan cukup tinggi dilengapi dengan penggunaan informasi akuntansi yang sesuai maka akan mencapai keberhasilan kinerja usaha (Satria & Wahyundaru, 2022). Informasi akuntansi juga dibutuhkan oleh perusahaan untuk membantu mengukur hasil dari kinerjanya dan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Sejalan dengan pengusaha muslim UMKM dalam mengelola usahanya, dimana penggunaan informasi akuntansi dapat digunakan oleh manajemen perusahaan untuk merencanakan serta membantu dalam pengambilan keputusan (Wahyundaru, 2022). Keterbatasan pelaku UMKM dalam memahami cara pembuatan dan memaksimalkan penggunaan informasi akuntansi menjadi permasalahan yang kerap ditemui oleh pelaku UMKM sehingga berpengaruh juga terhadap kinerjanya.

Penelitian Amalia, (2023) membuktikan bahwa SIA menentukan tinggi dan rendahnya kinerja UMKM. Hasil penelitian ini membuktikan pengaruh yang diberikan positif dimana jika SIA tinggi maka kinerja juga akan tinggi. Hasil berbeda ditunjukkan penelitian Silvia et al., (2022) bahwa sistem informasi akuntansi berdampak negatif terhadap kinerja UMKM. Hasil lainnya menyatakan SIA tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM pada penelitian milik Firdhaus & Akbar, (2022).

Meningkatnya pendapatan dan keuntungan suatu usaha menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam kinerjanya. Era digitalisasi ekonomi membawa banyaknya perubahan dalam strategi penjualan, pemasaran dan pengembangan usaha, salah satunya dengan munculnya platform digital yaitu *e-commerce*. Adanya kemajuan teknologi memunculkan platform *e-commerce* sebagai sarana pemasaran *online* dan digunakan oleh pelaku usaha untuk mengembangkannya. UMKM yang memanfaatkan atau menggunakan *e-commerce* secara signifikan dapat memperluas akses pasar, menciptakan lapangan kerja, dan berdampak positif pada berbagai sektor bisnis pendukung. Hal ini juga mendukung ekonomi Indonesia untuk tumbuh secara cepat. (Wahyundaru et al., 2024).

Hasil temuan penelitian yang Indahsari et al., (2023) serta Akob et al., (2022) meberikan bukti dimana *e-commerce* memiliki pengaruh dan arahnya positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian tersebut membuktikan dimana penggunaan *e-commerce* oleh pelaku UMKM menjadi faktor dalam

peningkatan kinerjanya. Dibalik kemudahan yang ditawarkan, teknologi *e-commerce* nyatanya juga memunculkan permasalahan bagi pelaku UMKM.

Menurut hasil survey Badan Pusat Statistik tahun 2022, penggunaan *e-commerce* oleh pelaku usaha hanya sebesar 34,10%, sebagian besar pelaku usaha lebih memilih menggunakan cara konvensional atau *offline* dalam menjalankan usahanya. Keterbatasan kompetensi sumber daya dan pengetahuan dalam penggunaan *e-commerce* ini menimbulkan kesulitan di beberapa kalangan UMKM. Penggunaan *e-commerce* yang masih belum optimal ini dapat menjadi kendala dalam upaya peningkatan kinerja UMKM. Penelitian Silvia et al., (2022) menemukan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh secara negatif terhadap kinerja UMKM.

Penelitian yang hasilnya berbeda ditunjukkan oleh Tiandra et al., (2019) bahwa variabel *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Didukung hasil penelitian Banowaty, (2021) yang menyatakan hal serupa, bahwa variabel adopsi *platform online* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM. Adanya *e-commerce* memang merupakan alternatif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha, namun pelaku UMKM tidak menyeluruh memiliki skill dalam memanfaatkan teknologi *e-commerce*.

Memasuki era digitalisasi ekonomi, tidak hanya penggunaan *e-commerce* sebagai sarana pemasaran digital namun juga metode pembayaran digital sebagai alat transaksi menjadi suatu hal yang perlu diterapkan oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya. Penggunaan pembayaran digital di UMKM bukan sekedar alat transaksi, melainkan sarana pelengkap dalam kesatuan proses pemasaran

produk, proses penjualan produk serta pelayanan bagi pelanggan (Evita et al., 2024). UMKM seharusnya dalam perkembangan teknologi pada generasi milenial ini maka digital payment harus dikuasai dengan baik. Hal ini karena dengan pemanfaatan *digital payment* UMKM mampu meningkatkan pendapatan dan secara otomatis dapat berpengaruh juga pada kinerja keuangan UMKM.

Penelitian milik Indahsari et al., (2023) sebagai acuan dari penelitian ini, dimana Indahsari et al., (2023) meneliti kinerja UMKM yang dipengaruhi oleh variabel SIA dan *e-commerce* dan hasil penelitiannya membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan. penggunaan fasilitas SIA di sektor UMKM akan memberikan informasi yang bermanfaat untuk mengembangkan UMKM tersebut. SIA akan memberikan informasi kepada pelaku usaha dengan cepat dan akurat sehingga dapat membantu untuk meningkatkan kinerja. Informasi yang berkaitan dengan modal dan laba secara cepat akan membantu pengambilan keputusan secara cepat dalam mengembangkan UMKM.

Memasuki era digitalisasi ekonomi dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi pelaku UMKM perlu melakukan peningkatan kinerja melalui strategi pemasaran berbasis digital yaitu dengan pemanfaatan *e-commerce*. Hasil penelitian Akob et al., (2022) dengan adanya *e-commerce* merupakan wadah bagi para pelaku UMKM untuk mampu melakukan ekspansi hingga ke pasar global sehingga dapat mengembangkan daya usaha. *E-commerce* memberikan banyak manfaat bagi pelaku UMKM, diantaranya kemudahan dalam memasarkan produknya sehingga dapat diakses dengan mudah oleh konsumen. Kehadiran e-

commerce mampu menjadi salah satu alternatif untuk memaksimalkan kinerja melalui pemasaran dengan kemampuan menjangkau lebih banyak pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian referensi terletak pada penambahan variabel, penambahan variabel *digital payment* sebagai variabel independen diyakini memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Salah satu faktor yang mendorong kinerja UMKM yaitu *financial technology* (fintech) dan didalamnya termasuk *digital payment*, penelitian Kwabena et al., (2019) membuktikan jika penerimaan dan pendapatan yang diperoleh UMKM akan menentukan kinerja UMKM. Hal ini akan menentukan bisnis yang telah dijalankan lancar atau tidak, lanjut atau tidak. Penggunaan *digital payment* juga memberikan keuntungan bagi pelaku UMKM dengan menawarkan kemudahan dan mempercepat transaksi dengan konsumennya, sehingga meningkatkan kualitas dan akurasi transaksi.

Penambahan variabel *digital payment* mengacu pada penelitian Asisa et al., (2022) dimana menunjukkan hasil bahwa *digital payment* memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Teknologi yang semakin canggih mendorong masyarakat mengikuti transformasi digital salah satunya bentuk *digital payment* sebagai alat transaksi pembayaran. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah adanya penggunaan *digital payment* sebagai sarana transaksi UMKM dapat berpengaruh meningkatkan kinerja UMKM.

Pertumbuhan ekonomi digerakan salah satunya oleh sektor UMKM, diikuti dengan tantangan digitalisasi ekonomi serta permasalahan yang mungkin

timbul tentunya menjadi perhatian bagi pelaku UMKM untuk mencari solusi terbaik bagi usaha sehingga mampu memaksimalkan kinerjanya. Pada kondisi ini, beberapa aspek perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM khususnya yang berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Diantaranya aspek penggunaan informasi akuntansi, *e-commerce* hingga *digital payment*.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian yang dilakukan sebelumnya terdapat *research gap* yaitu masih ditemukan hasil penelitian yang tidak konsisten mengenai pengaruh sistem informasi akuntansi dan *e-commerce* pada kinerja UMKM. Teknologi yang semakin canggih mendorong masyarakat mengikuti transformasi digital salah satunya bentuk transaksi pembayaran secara digital. Kemudahan yang ditawarkan *digital payment* sebagai sarana transaksi UMKM dapat berpengaruh meningkatkan kinerja UMKM. Berdasarkan penjelasan tersebut didapat beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang?
2. Bagaimana pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, adapun tujuan penelitian ini untuk:

1. Menganalisis pengaruh dan mendapatkan bukti empiris penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang
2. Menganalisis pengaruh dan mendapatkan bukti empiris penggunaan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang
3. Menganalisis pengaruh dan mendapatkan bukti empiris penggunaan *digital payment* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini setidaknya harus memberikan manfaat bagi berbagai pihak, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat untuk ilmu ekonomi terutama akuntansi khususnya yang terkait dengan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* untuk memaksimalkan kinerja UMKM.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat serta menjadi bahan pertimbangan pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha. Selain itu dapat menambah pemahaman mengenai hal-hal yang memiliki pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM sehingga usahanya dapat berjalan dengan optimal dan mampu bersaing di era transformasi ekonomi digital saat ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 *Teori Resource-Based View*

Kelancaran operasional perusahaan bergantung pada pelaksanaan manajemen yang mampu menempatkan prinsip efisiensi dan efektivitas. Unsur utama yang dapat mendukung kegiatan perusahaan atau organisasi dalam keberlangsungannya yaitu pentingnya sumber daya dalam perusahaan. *Resources based theory* merupakan gambaran dari pemahaman mendalam tentang bagaimana sumber daya, kapabilitas, keunggulan bersaing, dan profitabilitas saling terkait sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif.

Penelitian Wernerfelt dalam Subagio (2020) memberikan penjelasan jika perusahaan memiliki keunggulan bersaing maka kinerja akan meningkat. Menurut teori *resources-based view* dalam upaya mewujudkan tujuan organisasi secara optimal, memerlukan kinerja yang baik melalui pemanfaatan sumber daya perusahaan. Bisnis UMKM dalam upaya mencapai tujuan usaha memiliki kinerja sendiri dalam usahanya sehingga antara UMKM satu dengan UMKM yang lain berbeda dalam pengelolaan bisnisnya.

Berdasarkan teori *resource-based view* dikaitkan dengan kinerja bisnis dan penggunaan sistem informasi akuntansi yang dilakukan oleh suatu organisasi berhubungan dengan tujuan akhir untuk mempertahankan persaingan bisnis yang ketat. Penggunaan sistem informasi akuntansi sebagai sumber daya dalam perusahaan dapat dimaksimalkan sehingga memberikan hasil informasi yang

berkualitas sehingga mampu dijadikan dasar pengambilan keputusan dan meningkatkan kinerja bisnis. Informasi yang nantinya dihasilkan dan kemampuan pelaku UMKM dalam penggunaan sistem informasi akuntansi berperan sebagai sumber daya yang nantinya dapat memberikan pengaruh ke kinerja UMKM.

2.1.2 Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Perkembangan teknologi di era digital saat ini merupakan tantangan besar dalam perusahaan maupun organisasi, dimana perusahaan akan terus dituntut untuk melakukan *upgrade* dari berbagai komponen demi kemajuan usahanya. Davis (1989) mengembangkan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* dimana menjelaskan perilaku manusia yang berkaitan dengan penggunaan teknologi baru. Teori ini untuk menganalisis respons pengguna terhadap teknologi, dengan fokus pilihan menerima atau menolak teknologi tersebut (Widowati & Khusaeni, 2022).

Model teori TAM memberikan dua konsep yaitu persepsi kemudahan atau *Perceived Ease of Use* keadaan dimana kepercayaan seseorang dimana penggunaan sistem/teknologi mampu mempermudah dan tidak memerlukan usaha apapun, konsep kedua *Perceived Usefulness* (persepsi kebergunaan) merupakan kondisi seseorang yang memiliki keyakinan dan percaya bahwa dalam penggunaan teknologi dapat memberikan dampak positif bagi penggunanya (Hasanah et al., 2021). *E-commerce* merupakan proses melakukan transaksi menggunakan perangkat elektronik, *digital payment* menjelaskan mengenai sistem pembayaran yang dapat dilakukan secara elektronik atau digital.

Berdasarkan prinsip model TAM berkaitan dengan *e-commerce* dan *digital payment*, kedua variabel tersebut merupakan pengembangan adanya teknologi baru dalam dunia bisnis. Perkembangan teknologi saat ini berdampak terhadap tren penggunaan aplikasi digital atau metode *cashless* yang dinilai lebih mudah dan simple sehingga penggunaannya dalam masyarakat juga meningkat. Hal tersebut berkaitan dengan pengaplikasian *e-commerce* maupun *digital payment* keduanya dapat digunakan dalam bisnis UMKM dengan melihat prinsip kemudahan dan kebergunaan sehingga mampu memberikan manfaat bagi penggunanya dan mampu mempertahankan keberlangsungan kegiatan usaha.

2.2 Variabel – Variabel Penelitian

2.2.1 Kinerja UMKM

Pengukuran kinerja seringkali dilihat melalui performansi dari seseorang atau kelompok dalam bisnis atau organisasi yang mana performansi tersebut sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab di setiap bagian untuk mencapai tujuan. Kinerja dalam bisnis dimaksudkan sebagai cerminan keberhasilan atas terlaksananya kebijakan, program, dan kegiatan dalam rangka mencapai tujuan, sasaran, visi misi organisasi sesuai yang telah ditetapkan organisasi (P. A. Y. Putri & Endiana, 2020). Kinerja dikatakan sebagai hasil kerja seseorang dalam periode tertentu. Perspektif finansial dan non finansial digunakan (Wahyundaru et al., 2024). Selain 3 aspek tersebut berdasarkan penelitian Indahsari et al., (2023) kinerja dikatakan sebagai hasil pekerjaan yang saling terikat untuk mencapai tujuan strategis organisasi, adanya kepuasan di konsumen, serta mampu berkontribusi untuk ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu kegiatan usaha dalam lingkup kecil skalanya di lingkungan masyarakat. UMKM memiliki peran yang penting untuk mendukung peningkatan pendapatan penduduk. Selain itu, UMKM juga mendorong untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dalam rangka menjaga stabilitas ekonomi nasional (Widodo et al., 2022).

Menurut Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, jenis usaha dapat dilihat berdasarkan kriteria modal, jumlah tenaga kerja, dan hasil penjualan tahunan sebagai berikut :

1. Usaha Mikro
 - a) Usaha dikategorikan mikro apabila memiliki modal usaha paling besar 1 Miliar Rupiah
 - b) Jumlah tenaga kerja yang dimiliki paling banyak 10 orang
 - c) Hasil penjualan tahunan atau omzet dengan batas paling besar 2 Milliar Rupiah.
2. Usaha Kecil
 - a) Usaha dikategorikan kecil apabila memiliki modal usaha berkisar 1 Miliar Rupiah hingga 5 Miliar Rupiah.
 - b) Jumlah tenaga kerja yang dimiliki berkisar 10 orang hingga 49 orang.
 - c) Hasil penjualan tahunan atau omzet usaha berkisar 2 Miliar hingga 15 Miliar Rupiah
3. Usaha Menengah

- a) Usaha dikategorikan menengah apabila memiliki modal usaha berkisar 5 Miliar Rupiah hingga 10 Miliar Rupiah.
- b) Jumlah tenaga kerja yang dimiliki berkisar 50 orang hingga 150 orang.
- d) Hasil penjualan tahunan atau omzet usaha berkisar 15 Miliar hingga 50 Miliar Rupiah

Pemenuhan kebutuhan terkait pelaporan keuangan bisnis UMKM diatur dalam SAK EMKM (Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah) yang telah disusun oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia (DSAK IAI) di tahun 2026. Aturan tersebut dimaksudkan membantu pelaku bisnis dalam pelaporan keuangan dan memudahkan proses pendanaan dari lembaga keuangan.

Berdasarkan penjelasan diatas kemudian disimpulkan bahwa kinerja UMKM merupakan capaian dari hasil kerja secara keseluruhan melalui pemetaan kerja, target, sasaran atau kriteria yang telah ditentukan dan disepakati dalam bisnis usaha.

2.2.2 Sistem Informasi Akuntansi

Informasi yang dihasilkan dari catatan akuntansi diperlukan oleh suatu entitas untuk membuat keputusan yang terinformasi bagi perusahaan. Bisnis UMKM dalam menentukan keberlangsungan usahanya juga perlu memperluas pemahaman mengenai informasi akuntansi. pentingnya pencatatan serta penyelenggaraan akuntansi bagi usaha kecil sudah ditegaskan oleh pemerintah maupun komunitas akuntansi (Wahyundaru, 2020). Informasi yang dihasilkan SIA bertujuan mempermudah pengambilan keputusan yang dilakukan pihak

manajemen. Hasil informasi yang diperoleh dengan sistem informasi akuntansi ini dibutuhkan perusahaan dalam pengambilan keputusan sehingga tujuan perusahaan tercapai (Prasetyo & Ambarwati, 2021).

Menurut Zamzami et al., (2021) sistem informasi akuntansi merupakan kesatuan dari subsistem yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, mengubah, dan mendistribusikan informasi untuk perencanaan, pengambilan keputusan, dan pengendalian, dengan fungsi utamanya untuk memproses transaksi baik keuangan maupun non-keuangan. Peran sistem informasi akuntansi dalam perusahaan sangat penting, yang mana sistem tersebut memperoleh informasi-informasi sebagai bentuk pengambilan keputusan agar tercapainya tujuan perusahaan dan membantu dalam perkembangan organisasi yang ada didalamnya.

a) Tujuan penggunaan sistem informasi akuntansi

Tujuan SIA menurut Zamzami et al., (2021) yaitu :

1. Mendukung operasional kegiatan
2. Membantu manajemen dalam pengambilan keputusan
3. Pemenuhan kewajiban atas pertanggungjawaban
4. Mengurangi ketidakpastian

b) Fungsi sistem informasi akuntansi

SIA memiliki beberapa fungsi, menurut (Nugraha et al., 2022) fungsi tersebut meliputi :

1. Sebagai pengumpulan dan penyimpanan data pada aktivitas keuangan perusahaan serta memperoleh data dari transaksi sumber dokumen,

pencatat transaksi ke jurnal, serta data dari jurnal diposting ke dalam buku besar.

2. Penyedia informasi yang berkualitas sebagai bahan dalam mengambil keputusan terhadap perusahaan secara menyeluruh.
3. Sebagai pengendalian dalam merekam, memproses data secara akurat dan laporan keuangan yang dibuat sesuai peraturan yang berlaku dapat mengefektifkan aktivitas bisnis.

c) Indikator sistem informasi akuntansi

Indikator yang digunakan dalam mengukur SIA berdasarkan penelitian dari Indahsari et al., (2023) yaitu :

1. Penggunaan informasi operasi. Informasi operasi tersebut berupa pengoperasian dari bisnis yang dikembangkan meliputi proses produksi serta memastikan kestabilan dan perkembangan perusahaan yang berlangsung secara efektif dan efisien.
2. Penggunaan informasi akuntansi keuangan, yaitu pencatatan akuntansi terkait pelaporan informasi keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhan pemakai informasi keuangan serta sistem bisnis.
3. Penggunaan informasi akuntansi pajak. Akuntansi pajak digunakan untuk menetapkan besarnya pajak terutang dan sebagai pengolah data dalam menyajikan laporan keuangan mencakup perhitungan dari perpajakan.

2.2.3 E-Commerce

Bisnis berkembang dengan cepat salah satunya dengan metode pemasaran dan penjualan yang didukung oleh sarana teknologi yang saat ini berkembang

dalam bentuk *electronic commerce*. Menurut (Yusuf & Ifada, 2021) *e-commerce* didefinisikan sebagai aktivitas perdagangan/perniagaan barang dan jasa melalui media elektronik. Perubahan metode dari tradisional ke modern merupakan pengembangan inovasi platform *e-commerce* dengan memberikan kemudahan fleksibilitas dalam menjalankan usaha.

Penelitian (Titasari, 2023) menjelaskan *E-commerce* mencakup transaksi elektronik yang melibatkan barang dan jasa, bersama dengan pengiriman digital dan transfer dana. Dari berbagai definisi yang diberikan, kita dapat menyimpulkan *e-commerce* mengacu pada proses penjualan dan pembelian atas produk atau jasa melalui jaringan komputer yang saling berhubungan melalui internet. Pendekatan digital ini membuka peluang pemasaran yang luas, memungkinkan bisnis menjangkau pasar nasional dan internasional. Perusahaan dapat secara efisien menemukan kumpulan pelanggan dan pemasok yang lebih besar, meningkatkan potensi pertumbuhan mereka secara keseluruhan.

Perkembangan teknologi memunculkan *e-commerce* sebagai sarana untuk memasarkan produk ke berbagai pasar dan segmen, baik berbentuk fisik maupun digital dan menjangkau hingga skala nasional bahkan internasional. Pelaku usaha dapat dengan mudah menjangkai pasar global dengan kehadiran pembaruan teknologi dalam ekonomi digital (Wahyundaru et al., 2024). Hasil pemanfaatan *e-commerce* mampu membantu UMKM dalam perluasan akses pemasaran, pengembangan sektor bisnis lainnya, terbukanya lapangan pekerjaan serta memberikan kontribusi untuk ekonomi negara.

Proses bisnis memiliki jenis model penjualan yaitu B2B dan B2C, *Business to Business* (B2B) dikatakan model penjualan, transaksi, dan interaksi yang terjadi antara pelaku bisnis (produsen) dengan pelaku bisnis lainnya (distributor dan pengecer). Selain B2B proses bisnis B2C yang diartikan sebagai model penjualan, transaksi, dan interaksi yang terjadi antara pelaku bisnis dengan konsumen langsung. B2C sendiri bagian dari *e-commerce* dimana berisi proses pemesanan, pembelian dan penjualan barang atau jasa dengan internet melalui fitur yang tersedia (Lenti, 2017).

karakteristik *e-commerce* dalam melakukan transaksi, berikut merupakan karakteristik *e-commerce* :

1. Melakukan transaksi tanpa batas. Sebelum adanya bisnis *online*, letak geografis merupakan salah satu penghalang pada seseorang maupun perusahaan yang ingin mencapai *go international*. Adanya situs jual beli *online* yang mudah memasarkan produk melalui *online*, bisnis *e-commerce* juga tidak ada batas waktu dalam mengakses situs sehingga mudah diakses dimana dan kapan saja.
2. Transaksi secara anonim terkait penjual dan pembeli yang tidak harus melakukan pertemuan secara langsung.
3. Produk digital dapat dipromosikan melalui internet yang dapat diunduh secara elektronik.
4. Banyak perusahaan yang menekuni usaha dalam bidang *e-commerce* yang menawarkan produk tidak berwujud seperti paket data, pulsa dan lain sebagainya yang dapat dijual dan dibeli secara *online*.

2.2.4 Digital Payment

Pesatnya perkembangan teknologi, semakin hari sistem pembayaran semakin memiliki peran penting bagi perekonomian. Sistem pembayaran berkembang di Indonesia saat ini terbagi menjadi 3 instrumen yaitu, warkat atau dokumen (*paper based*), kartu (*card based*), dan non-fisik atau elektronik (*electronic based*). Salah satu bentuk pembayaran berbasis elektronik adalah *digital payment* yang dikenal juga sebagai *financial technology* yang merupakan alat pembayaran digital secara *online* (Silalahi & Chairina, 2023). dilihat dari medianya terdapat 2 jenis uang elektronik yaitu dengan basis chip dan server. Perbedaan keduanya dalam media penyimpanan dimana berbasis chip dapat menyimpan nominal dan transaksi dalam bentuk offline, sedangkan basis server dapat menyimpan nominal dan melakukan transaksi pada aplikasi yang mengeluarkan serta digunakan secara online (Titasari, 2023).

Pelaku UMKM perlu menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, dengan memaksimalkan penerapan *digital payment* atau *fintech*. Berdasarkan penelitian Asisa et al., (2022) Perkembangan teknologi yang terjadi serta kebiasaan masyarakat dalam hal *cashless society* dan hampir sebagian besar masyarakat membawa gadget yang menjadikan pelaku usaha harus menyesuaikan kebiasaan tersebut dengan menerapkan *digital payment* pada usaha agar nantinya pelaku UMKM tidak terancam punah ataupun tertinggal. *Digital payment* dikatakan sebagai sebuah temuan yang memiliki inovasi dalam transaksi pembayaran di era saat ini dan menjadi ramai disemua kalangan masyarakat.

Penggunaan metode transaksi ini memiliki kelebihan diantaranya :

1. mengefisiensikan waktu
2. kemudahan akses
3. meningkatkan loyalitas
4. biaya administrasi yang rendah.

Sedangkan kekurangan *digital payment* adalah :

1. penyalahgunaan
2. terbukanya privasi
3. ketergantungan internet dan sistem aplikasi.

Tantangan dalam *digital payment* adalah :

1. Keamanan dan Privasi: perlu memberikan sistem dengan teknologi keamanan yang canggih karena memungkinkan munculnya risiko pencurian data atau penipuan siber yang dapat merugikan pengguna.
2. Keterbatasan Akses: Akses memadai dan perangkat penggunaan pembayaran digital yang terbatas pada pelaku usaha dan masyarakat terhadap teknologi menjadi tantangan yang harus dihadapi.
3. Ketergantungan pada Infrastruktur Teknologi: digital payment sangat bergantung pada koneksi internet yang stabil dan perangkat yang mendukung. Perlu adanya jaringan yang baik agar tidak terjadi gangguan jaringan atau kerusakan perangkat sehingga transaksi berjalan lancar.

Sistem pembayaran dengan digital merupakan suatu model bisnis baru yang bermakna inovasi dalam dunia bisnis (Widayat et al., 2020). Penggunaan pembayaran digital di UMKM bukan sekedar alat transaksi, melainkan strategi pendukung yang mengintegrasikan pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan.

Penggunaan pembayaran digital di UMKM memainkan peran penting bagi penjual dan pembeli dalam hal melakukan pembayaran dan memberikan informasi pembayaran (Asisa et al., 2022).

2.3 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian sebelumnya mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat dalam table berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Indahsari et al., (2023) Judul : Pengaruh sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i> terhadap kinerja UMKM di wilayah Banyuwangi	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi, <i>E-commerce</i> Variabel Dependen : Kinerja UMKM	Sistem informasi akuntansi dan <i>e-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di wilayah Banyuwangi
2.	Asisa et al., (2022) Judul : Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan <i>Digital Payment</i> terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar	Variabel Independen : Literasi Keuangan, <i>Digital Payment</i> Variabel Dependen : Kinerja Bisnis UMKM	Literasi keuangan dan kemudahan <i>digital payment</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar.
3.	Prasetyo & Ambarwati (2021) Judul : Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependen : Kinerja UMKM	Berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta

	Terhadap Kinerja UMKM Daerah Istimewa Yogyakarta		
4.	Firdhaus & Akbar (2022) Judul : Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi, Teknologi Informasi Variabel Dependen : Kinerja UMKM	Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM pada UMKM di kecamatan Gubeng Surabaya. Kinerja berpengaruh dan memberikan kontribusi terhadap kinerja UMKM di kecamatan Gubeng Surabaya
5.	Silvia et al., (2022) Judul : Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi dan <i>E-Commerce</i> . Variabel Dependen : Kinerja UMKM	Sistem Informasi Akuntansi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung. <i>E-Commerce</i> menunjukkan hasil yang signifikan dan berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung
6.	Wahyuni et al., (2021) Judul : Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja	Variabel Independen : <i>E-Commerce</i> , Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Variabel Dependen : Kinerja UMKM	<i>E-commerce</i> dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM

	UMKM di Kota Magelang		
7.	Evita et al., (2024) Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan <i>Digital Payment</i> Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM	Variabel Independen : Literasi Keuangan, <i>Digital Payment</i> , Sikap Keuangan Pribadi Variabel Dependen : Peningkatan Pendapatan UMKM	literasi keuangan, <i>digital payment</i> , dan sikap keuangan pribadi secara positif berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM.
8.	Titasari (2023) Judul : Pengaruh <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta	Variabel Independen : <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> Variabel Dependen : Pendapatan UMKM	<i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> berpengaruh simultan terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Secara parsial variabel <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Fokus penelitian terdapat pada pelaku UMKM di Kota Semarang yang membedakan dengan penelitian sebelumnya. Mengacu penelitian Indahsari et al., (2023) dimana menguji pengaruh SIA dan *e-commerce* pada kinerja UMKM. Penelitian ini memberikan perbedaan dengan penambahan variabel *digital payment*, yang mana dianggap memberikan kemudahan dalam bertransaksi sehingga mampu membantu UMKM dalam hal peningkatan kinerja. Hal tersebut

dibuktikan dengan penelitian penelitian Asisa et al., (2022) dimana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan *digital payment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Teknologi yang semakin canggih mendorong masyarakat mengikuti transformasi digital salah satunya bentuk *digital payment* sebagai alat transaksi pembayaran. Uraian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *digital payment* sebagai sarana transaksi UMKM dapat berpengaruh meningkatkan kinerja UMKM.

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

Menurut Teori *Resource-Based View* memberi penjelasan bahwa peningkatan efisiensi dan efektivitas operasi berkaitan dengan penggunaan sumber daya dalam perusahaan. Teori ini merupakan gambaran dari sebuah keunggulan bagi perusahaan dimana munculnya keunggulan bersaing pada perusahaan dapat didukung dengan sumber daya profesional dan perusahaan lain tidak memilikinya. Sejalan dengan pemanfaatan SIA dinilai sebagai sumber daya milik bisnis UMKM dapat mempermudah manajemen dalam mengambil keputusan dengan adanya kualitas baik keluaran informasi akuntansi serta mempermudah akses modal.

Informasi akuntansi yang nantinya dihasilkan dengan pemanfaatan sumber daya dalam bisnis yaitu penggunaan SIA dapat berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian Indahsari et al., (2023) memberikan hasil dimana penggunaan SIA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di wilayah

Banyuwangi. Didukung dengan penelitian Prasetyo & Ambarwati, (2021) dan Amalia, (2023) dengan hasil yang serupa dimana SIA berpengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM. Maka dapat dirumuskan hipotesis :

H1 : Penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM

2.4.2 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM

Perilaku manusia dikaitkan dengan penggunaan teknologi baru dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* teori dimana model TAM tersebut terdapat dua konsep utama yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebergunaan). *E-commerce* sendiri merupakan pengembangan dari suatu teknologi berupa perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan suatu bisnis dalam pengelolaan usahanya. Sehubungan dengan teori TAM yang berfokus pada persepsi kemudahan (*Perceived Ease-Of-Use*) yang mana semakin tinggi kemudahan sistem *e-commerce*, maka semakin besar minat yang mendorong dalam pemanfaatan sistem tersebut (Nurdiansyah et al., 2022).

Temuan studi Wahyuni et al., (2021) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sejalan penelitian Akob et al., (2022) menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Makassar. Hasil Penelitian oleh Titasari (2023) menunjukkan hal yang sama dimana *e-commerce* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kinerja suatu UMKM memerlukan penggunaan dari *e-commerce*. Pemanfaatan *e-*

commerce dalam suatu usaha dapat mempermudah serta membantu meningkatkan penjualan produk melalui sistem pemasaran secara *online* dari bisnis UMKM itu sendiri. Sesuai uraian penjelasan hipotesis dirumuskan :

H2 : Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM

2.4.3 Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* terhadap Kinerja UMKM

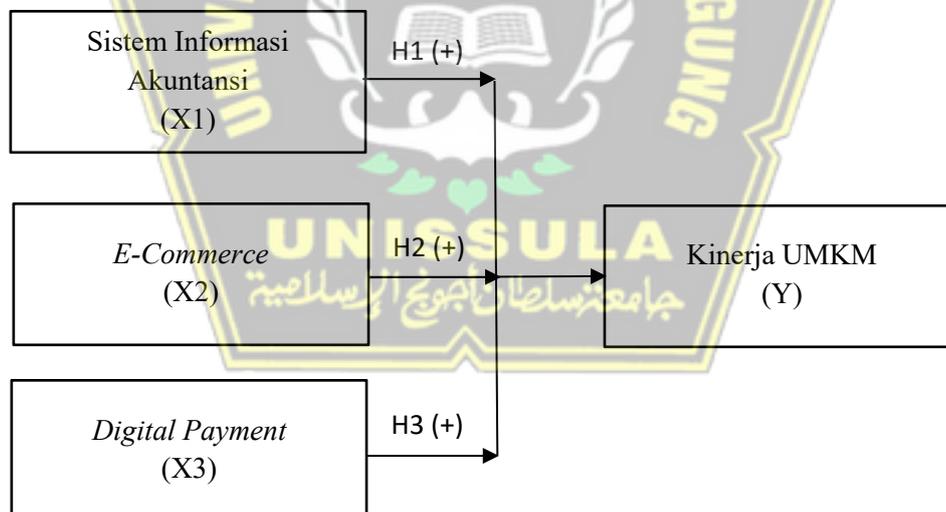
Menurut teori dari TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu bentuk yang dibangun untuk menganalisis dan memahami, faktor-faktor penerimaan penggunaan teknologi. *Digital payment* sebagai alat transaksi dan pembayaran yang saat ini digunakan oleh berbagai kalangan merupakan suatu efek dari pengembangan teknologi digital. Penerapan *digital payment* dapat memberikan kemudahan transaksi pada proses bisnisnya. Konsumen cukup bertransaksi melalui online dengan bantuan internet, seluruh bentuk teknologi ini menggunakan metode pembayaran non-tunai atau pembayaran secara elektronik antara pelaku bisnis pembeli dan penjual.

Penelitian lalu yang dilakukan Asisa et al., (2022) menunjukkan hasil dimana *digital payment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Didukung oleh penelitian Evita et al., (2024) dan Titasari (2023) yang menunjukkan hasil serupa yaitu *digital payment* secara positif berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang mana berpengaruh juga terhadap kinerja UMKM. Kemudahan yang diberikan dengan penggunaan *digital payment* dianggap oleh pelaku UMKM sebagai percepatan dari bisnis mereka. Teknologi yang semakin canggih juga mendorong konsumen

menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi pembayaran. Kemudahan transaksi yang telah diberikan dalam *digital payment* baik dari segi pembeli maupun penjual akhirnya menciptakan kenyamanan bagi konsumen ketika bertransaksi. Hal ini menjadi peluang bagi UMKM dalam meningkatkan laba usaha, jika laba meningkat maka akan membawa pengaruh baik ke kinerja UMKM tersebut. Sesuai uraian yang dijelaskan hipotesis dirumuskan :

H3 : Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM

2.5 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

Kinerja UMKM dapat dipengaruhi oleh sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment*. Penggunaan sistem informasi akuntansi yang baik dan optimal pada bisnis UMKM berkontribusi terhadap kualitas informasi

akuntansi sehingga mempermudah akses modal dan yang artinya memberi pengaruh arah positif terhadap kinerja UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* untuk suatu usaha dapat mempermudah dan meningkatkan penjualan produk melalui sistem pemasaran secara *online* dari bisnis UMKM sehingga memiliki hubungan positif dengan mampu meningkatkan kinerja UMKM. Kemudahan yang ditawarkan dengan penggunaan *digital payment* sebagai sarana transaksi, mampu mendorong UMKM untuk meningkatkan pendapatannya sehingga berpengaruh dalam meningkatkan kinerja UMKM.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis eksplanatori dimana bertujuan menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Metode penilaian dengan metode kuantitatif dimana didasarkan pada pengujian teori dari data yang diperoleh melalui variabel penelitian berupa angka - angka yang kemudian dilakukan analisis dengan rumus dan alat statistik. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian dengan data yang berbentuk angka kemudian dianalisis menggunakan rumusan statistik (Ghozali, 2021). Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner dan pengolahan data dengan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Ghozali, (2021), populasi merupakan jumlah dari semua obyek penelitian atau unit penelitian yang merupakan sumber data serta memiliki karakteristik tertentu. Populasi pada penelitian ini yaitu UMKM bidang kuliner di Kota Semarang yang sudah terdata oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang. Data dari dinas saat ini terdapat 3.291 unit usaha termasuk didalamnya bidang kuliner.

3.2.2 Sampel Penelitian

SaSamplel dikatakan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Ghozali, 2021). Peneliti menggunakan sampel yang dapat

mewakili penelitian sehingga digunakan teknik *purposive tsampling*. Teknik *purposive tsampling* adalah metode dalam penentuan sampel dari sumber yang dipilih melalui ciri-ciri atau kriteria yang sebelumnya telah ditentukan (Hutabarat et al., 2022). sektor kuliner pada UMKM Kota Semarang menjadi sampel penelitian dengan beberapa kriteria yang diambil yakni :

- 1) UMKM telah terdaftar dalam Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang.
- 2) UMKM telah berdiri selama minimal 2 tahun agar dapat melihat perkembangan kinerja usaha yang didirikan.
- 3) UMKM telah menerapkan Sistem Informasi Akuntansi.
- 4) UMKM telah memanfaatkan *paltform e-commerce*.
- 5) UMKM telah menggunakan metode pembayaran *digital payment* dalam proses transaksi usahanya.
- 6) UMKM yang telah memiliki pendapatan minimal 200 juta rupiah.

Besaran sampel yang diambil dari populasi dapat dihitung melalui perhitungan rumus slovin. Menurut rumus Slovin, sampel diambil sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Error Margin*

Maksimum kesalahan yang dapat diterima dalam pemilihan sampel adalah 10%. Pengambilan sampel perhitungan rumus slovin diambil dari jumlah populasi yaitu sejumlah 3.291 unit dan error margin yang ditetapkan sebanyak 0,1 atau 10%.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{3.291}{1+ 3.291 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.291}{33,91}$$

$$n = 97,05 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Data penelitian ini dikumpulkan dari 97 responden yaitu pelaku UMKM bidang kuliner yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan jenis data berupa data primer. Didefinisikan sebagai data dengan metode pengumpulan dilakukan oleh peneliti secara langsung kepada sumbernya merupakan definisi data primer (Ghozali, 2021). Sumber data ini diperoleh dari individu, diskusi *focus group*, dan panel responden yang dibentuk peneliti. Data yang dikumpulkan yaitu menggunakan metode kuesioner yang ditujukan langsung ke pemilik atau pengelola UMKM di Kota Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian yang dilakukan ini memanfaatkan metode kuesioner. Mengacu pada Ardiansyah et al. (2023), kuesioner, yaitu daftar pertanyaan atau pernyataan sistematis dan dikatakan sebagai cara untuk

mengumpulkan data dengan melibatkan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kemudian diberikan kepada responden untuk selanjutnya dapat dijawab.

Pemanfaatan aplikasi google form sebagai media kuesioner dalam pengumpulan data dan selanjutnya dilakukan penyebaran kepada responden pada pelaku UMKM di Kota Semarang sesuai jumlah sampel yang disepakati. Disediakan pengukuran jawaban menggunakan skala likert. Kuesioner meminta responden untuk memilih antara pilihan yang telah disediakan dimana ada 5 (lima) opsi jawaban dengan nilai yang berbeda pada tiap opsi jawaban, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5 Variabel dan Indikator

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Unsur dalam penelitian yaitu adanya variabel, adalah segala sesuatu yang dipilih peneliti guna mempelajarinya lebih lanjut, kemudian dapat ditarik kesimpulan darinya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini dengan variabel dependen kinerja UMKM (Y), sedangkan penggunaan sistem informasi akuntansi (X1), *e-commerce* (X2), dan *digital payment* (X3) sebagai variabel independennya. Definisi variabel penelitian sebagai berikut :

- 1) Variabel Kinerja UMKM (Y), kinerja UMKM merupakan hasil dari suatu usaha yang akan berdampak positif pada pencapaian tujuan strategis, kepuasan pelanggan, dan pertumbuhan ekonomi. Indikator kinerja perusahaan juga dapat dilihat dari segi laba, wilayah pemasaran, tenaga kerja dan modal (Indahsari et al., 2023).
- 2) Variabel Sistem Informasi Akuntansi (X1), Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan keterkaitan dari subsistem yang saling bekerja sama dalam pengumpulan, pemrosesan, penyimpanan, dan pendistribusian informasi dalam merencanakan, mengambil keputusan dan mengendalikan suatu proses transaksi (Zamzami et al., 2021).
- 3) Variabel *E-Commerce* (X2), *Electronic commerce* merupakan proses jual beli barang/jasa secara elektronik yang melibatkan transaksi dengan menggunakan internet, jaringan dan teknologi digital lainnya (Silvia et al., 2022).
- 4) Variabel Digital Payment (X3), *Digital tpayment* merupakan metode transaksi dan pembayaran memanfaatkan media elektronik, berupa *internet banking / mobile banking, e-wallet*, serta penggunaan *QR Code / QRIS* layanan pembayaran yang saat ini sedang berkembang pada pembayaran digital (Titasari, 2023).

3.5.2 Indikator Pengukuran Variabel

Variabel penelitian dan indikator pengukurannya dalam pembuatan kuesioner tercantum dibawah ini secara singkat :

Tabel 3. 2 Indikator Pengukuran Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kinerja UMKM	hasil dari pekerjaan yang memiliki hubungan kuat untuk tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi untuk ekonomi. Indikator kinerja perusahaan juga dapat dilihat dari segi laba, wilayah pemasaran, tenaga kerja dan modal. (Indahsari et al., 2023)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan Laba yang dihasilkan 2. Wilayah pemasaran 3. Pertumbuhan modal 4. Penambahan tenaga kerja (Indahsari et al., 2023) 	Skala Likert 1-5
2.	Sistem Informasi Akuntansi	kesatuan dari subsistem yang saling terkait dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, mengubah, dan mendistribusikan informasi untuk perencanaan, pembuatan keputusan,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penggunaan informasi operasi. 2. Penggunaan informasi keuangan. 3. Penggunaan informasi perpajakan. (Indahsari et al., 2023) 	Skala Likert 1-5

		dan pengendalian dengan fungsi utamanya memproses transaksi keuangan dan non keuangan (Zamzami et al., 2021)		
3.	<i>E-Commerce</i>	Proses jual beli barang/jasa secara elektronik yang melibatkan transaksi dengan menggunakan internet, jaringan dan teknologi digital lainnya (Silvia et al., 2022).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasaran (<i>marketing</i>) 2. Penjualan (<i>sales</i>) 3. Pembayaran (<i>payment</i>) 4. Penggunaan Bank sebagai alat pembayaran. (Indahsari et al., 2023) 	Skala Likert 1-5
4.	<i>Digital Payment</i>	metode pembayaran dengan menggunakan media elektronik, seperti internet banking atau mobile banking, dan e-wallet, serta metode yang saat ini berkembang seiring dengan perkembangan digital payment adalah layanan pembayaran menggunakan <i>QR</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alasan penggunaan 2. Ketersediaan fasilitas yang memadai 3. Fitur dan metode sebagai alat transaksi 4. Faktor sosial 5. Sikap penggunaan 6. Keberlanjutan 	Skala Likert 1-5

		Code atau disebut <i>Quick Response Code Standard</i> (QRIS). (Titasari, 2023)	penggunaan (Widayat et al., 2020)	
--	--	--	-----------------------------------	--

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik guna menelaah tata cara mengenai pengumpulan, penyajian, penyusunan, serta analisis data yang bersifat angka, yang dapat memberikan informasi secara jelas, ringkas, dan teratur dalam keadaan atau peristiwa tertentu sehingga dapat digunakan sebagai penarikan suatu kesimpulan (Ananda & Fadhli, 2018). Statistik deskriptif membantu memahami karakteristik data secara umum berupa nilai rata-rata, sebaran data atau standar deviasi, dan rentang nilai (maksimum dan minimum).

3.6.2 Uji Kualitas Data

Penting untuk menguji kualitas data agar valid dan dapat dipercaya saat data tersebut digunakan. Uji kualitas data merupakan cara dalam menentukan data penelitian yang dapat diandalkan dan sebagai instrument yang valid dalam suatu penelitian. Apabila data dalam suatu penelitian kurang dapat dipercaya dan tidak valid, maka hasilnya akan berprasangka buruk.

3.6.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan pengukur dalam melakukan fungsi ukur dengan menguji sejauh mana mencapai ketetapan (*validity*). Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan kuesioner tersebut mengungkapkan sesuatu

yang sudah terukur pada kuesioner. Perhitungan korelasi pada skor masing - masing indikator pertanyaan sebagai pengukuran dalam pengujian kevalidan instrumen (Ghozali, 2018). Nilai r hitung dilakukan perbandingan dengan nilai r tabel, kemudian hasil r tabel ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) sebesar $n-2$, di mana n merepresentasikan jumlah sampel. Hasil uji valid apabila indikator memperlihatkan hasil r hitung melebihi nilai r tabel dan arahnya positif.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat pengukuran bagi indikator variabel yang tertuang pada kuesioner peneliti (Ghozali, 2018). pengukuran pada teknik analisis uji ini dilakukan satu kali yang selanjutnya dapat dibandingkan dengan pernyataan lain atau bisa juga dilakukan pengukuran korelasi antar jawaban atas pertanyaan menggunakan bantuan program SPSS melalui pengujian Cronbach Alpha. Menurut Ghozali (2018), Kuesioner memenuhi syarat reliabilitas jika nilai Cronbach Alpha melebihi 0,6. Pengambilan keputusan reliabilitas didasarkan pada hal berikut :

- 1) Kuesioner atau angket dikatakan valid apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ dianggap dapat dipercaya atau reliabel
- 2) Kuesioner dianggap tidak dipercaya atau tidak konsisten apabila Cronbach Alpha bernilai $< 0,6$

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memastikan model regresi linear sehingga dapat digunakan untuk peramalan dengan akurat. Model regresi

dapat digunakan sebagai alat penduga penelitian jika praduga konvensional benar karena dihasilkan penaksiran yang akan memenuhi *Best Linear Unbiased Estimator* atau BLUE. Untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi statistik yang diperlukan, pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas perlu dilakukan.

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan mendapat hasil dari analisis antara variable dependen dan variabel independen apakah terdistribusi normal. Data yang terdistribusi normal atau mendekati normal berartikan model regresinya baik. Pengujian ini dapat dilakukan dengan uji *kolmogorof-smirnov*. Menurut Ghozali (2018), jika didapatkan tingkat signifikansi diatas 5% diartikan model regresi memenuhi normalitas data hal tersebut dijadikan dasar pengambilan keputusan.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas dengan maksud untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pada variabel - variabel. Pada analisis regresi, asumsi dasar yang penting adalah bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model tidak saling berkorelasi secara signifikan. Proses penentuan terdapatnya gejala multikolinearitas atau tidak dalam model regresi maka dilihat hasil pemeriksaan faktor inflasi (VIF) dan nilai toleransi. Multikolinearitas terdeteksi jika toleransi $\leq 0,10$ atau $VIF \geq 10$ (Ghozali, 2018).

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan mengevaluasi apakah varian residual dari model regresi bersifat homogen atau heterogen. Dasar analisis menurut Ghozali (2018) apabila ada pola teratur yang terbentuk oleh titik data, ini menunjukkan bahwa heteroskedastisitas telah terdeteksi. Dalam pengujian heteroskedastisitas, dilakukan uji Glejser sebagai metodenya. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas ditentukan oleh nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka tidak ada heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka ada heteroskedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji dan mengestimasi pengaruh linear dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Berikut persamaan regresi linear berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja UMKM

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi Variabel X1, X2, X3

X1 = Sistem Informasi Akuntansi

X2 = *E-Commerce*

X3 = *Digital Payment*

e = Standar Error

3.6.5 Uji Hipotesis

3.6.5.1 Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t)

Ghozali, (2018) menjelaskan dimana uji T digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen secara terpisah dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Uji t pada $\alpha = 0,05$ dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Kriteria perbandingan nilai t hitung dengan t tabel sebagai standar pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika hipotesis diterima dimana nilai signifikansi diperoleh $< 0,05$ maka disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika hipotesis ditolak dimana nilai signifikansi diperoleh $> 0,05$ maka tidak terdapat cukup bukti untuk menyimpulkan dimana variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.5.2 Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F)

Pengujian regresi secara simultan yang disebut Uji F adalah analisis varians (*analysis of variance* -ANOVA) (Amruddin et al., 2022). Pada dasarnya, uji F yakni untuk pengujian pada hipotesis secara keseluruhan yang menyatakan besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yaitu 0,05 digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai tersebut dapat dilakukan uji signifikan secara simultan dengan analisis yang didasarkan pada perbandingan antara dua kondisi berikut ini :

- 1) Model persamaan dikatakan layak jika pada variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pada variabel dependen, dengan signifikansi F-hitung dibawah 0,05 menunjukkan hasil dimana H0 ditolak dan H1 diterima.
- 2) Model persamaan dikatakan tidak layak jika variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan tidak memiliki pengaruh positif atau signifikan. Artinya H0 diterima dan H1 ditolak, apabila hasil F-hitung memiliki nilai diatas 0,05.

3.6.5.3 Uji Koefisiensi Determinasi R Square (Uji R²)

Kisaran nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. apabila nilai semakin tinggi (mendekati 1) maka semakin baik model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Rendahnya nilai R² menunjukkan bahwa model regresi kurang mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, R² mendekati 1 mengindikasikan bahwa variasi variabel dependen sangat kuat (Ghozali, 2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Dilakukannya penelitian ini untuk mendapatkan hasil bagaimana penggunaan SIA atau sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* berdampak pada kinerja UMKM di Kota Semarang. Data primer yang digunakan merupakan hasil jawaban responden atas kuesioner yang disebar kepada UMKM di Kota Semarang dan sudah masuk dalam daftar Dinas Koperasi dan UMKM. Sajian data hasil sebaran kuesioner:

Tabel 4. 1 Hasil Sebaran Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	97 Responden
Kuesioner yang kembali	97 Responden
Kuesioner yang tidak kembali	0 Responden
Kuesioner yang dapat diolah	97 Responden

Sumber : Data diolah, 2024

Tabel tersebut menunjukkan 97 kuesioner yang layak diteliti.

4.1.1 Karakteristik Responden

Responden dipilih menggunakan rumus slovin dan didapatkan nilai 97, sehingga responden yang digunakan yaitu 97 pelaku UMKM. Pelaku UMKM tersebar di Kota Semarang dengan karakteristik responden yang ditampilkan dalam data deskriptif berikut:

1. Menurut Jenis Kelamin

Berikut sajian data responden berdasarkan jenis kelamin (laki-laki dan perempuan) :

Tabel 4. 2 Jenis Keamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	63	64,95 %
2	Laki-Laki	34	35,05 %
Total		97	100%

Sumber : Olah data, 2024

Menurut tabel diatas diketahui responden penelitian ini yang memiliki jenis kelamin perempuan terdapat 63 orang atau 64,95% dan 34 orang atau 35,05% berjenis kelamin laki-laki.

2. Menurut Lama Usaha

Sajian data dengan karakteristik lama usaha UMKM dapat dilihat melalui data tabel berikut:

Tabel 4. 3 Lama Usaha Berdiri

No	Lama Usaha Berdiri	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Kurang dari 5 Tahun	42	43,30 %
2	Lebih dari 5 Tahun	55	56,70 %
Total		97	100%

Sumber : Olah data, 2024

hasil penelitian karakteristik responden menurut lama usaha diketahui bahwa yang sudah beroperasi kurang dari 5 tahun ada sebanyak 42 UMKM atau

43,30%. UMKM yang beroperasi lebih dari 5 tahun ada sebanyak 55 UMKM atau 56,70%.

3. Menurut Lokasi Usaha

Tabel 4. 4 Lokasi Usaha

No	Lokasi Usaha	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Kec. Semarang Tengah	7	7,22%
2	Kec. Semarang Barat	6	6,19%
3	Kec. Semarang Timur	5	5,15%
4	Kec. Semarang Utara	6	6,19%
5	Kec. Semarang Selatan	6	6,19%
6	Kec. Tembalang	8	8,23%
7	Kec. Banyumanik	7	7,22%
8	Kec. Gunungpati	6	6,19%
9	Kec. Mijen	5	5,15%
10	Kec. Gajahmungkur	7	7,22%
11	Kec. Ngaliyan	6	6,19%
12	Kec. Genuk	5	5,15%
13	Kec. Gayamsari	7	7,22%
14	Kec. Candisari	5	5,15%
15	Kec. Tugu	6	6,19%
16	Kec. Pedurungan	5	5,15%
Total		97	100%

Sumber : Olah data, 2024

Hasil dari karakteristik responden berdasarkan lokasi usaha meliputi 16 kecamatan di kota Semarang. Responden dengan lokasi usaha di Kecamatan Semarang Timur, Mijen, Genuk, Candisari, dan Pedurungan masing - masing sebanyak 5 orang. Kecamatan Semarang Barat, Semarang Utara, Semarang Selatan, Gunungpati, Ngaliyan, dan Tugu terdiri masing - masing 6 responden. Usaha yang berlokasi di Kecamatan Semarang Tengah, Banyumanik, gajahmungkur, dan Gayamsari masing - masing terdiri dari 7 responden. Responden yang berlokasi usaha di Kecamatan Tembalang sebanyak 8 orang.

4. Menurut Hasil Penjualan Tahunan

Tabel 4. 5 Hasil Penjualan Tahunan

No	Omzet Penjualan (per Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Rp. 200.000.000 - Rp. 300.000.000	61	62,89%
2	Rp. 300.000.000 - Rp. 600.000.000	33	34,02%
3	> Rp. 600.000.000	3	3,09%
Total		97	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Responden dengan karakteristik hasil penjualan tahunan diketahui yaitu UMKM yang memiliki omzet 200 juta rupiah sampai 300 juta rupiah sebanyak 61 orang atau 62,89%, kemudian responden dengan hasil penjualan 300 juta rupiah sampai 600 juta rupiah sebanyak 33 orang atau 34,02% dan responden yang memiliki hasil penjualan diatas Rp 600 Juta sebanyak 3 orang atau 3,09%

4.1.2 Deskripsi Sebaran Jawaban Responden

Berikut analisis data hasil penelitian untuk mendeskripsikan distribusi sebaran jawaban responden dalam item pernyataan variabel:

4.1.2.1 Variabel Sistem Informasi Akuntansi

Sebaran jawaban responden pada variabel sistem informasi akuntansi yang telah diperoleh langsung dari responden kemudian hasilnya tersaji ke di tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel SIA

NO	PERNYATAAN	Jumlah dalam (%)				
		SS	S	N	TS	STS
1	Sistem Informasi Akuntansi dapat memastikan bahwa semua transaksi operasional pada usaha diolah dengan cepat dan akurat	23,7	56,7	19,6	0	0

2	Informasi yang dihasilkan oleh sistem akuntansi memberikan gambaran yang jelas tentang kinerja operasional usaha saya	28,9	48,5	22,7	0	0
3	Sistem Informasi Akuntansi mampu memberikan informasi keuangan yang tepat	54,6	34,0	11,3	0	0
4	Saya secara rutin menggunakan laporan keuangan yang dihasilkan oleh sistem informasi akuntansi untuk menilai kesehatan finansial usaha saya	40,2	43,3	16,5	0	0
5	Sistem Informasi Akuntansi menyajikan laporan keuangan sehingga memberikan informasi untuk kebutuhan pajak	54,6	34	11,3	0	0

Sumber : Data diolah, 2024

Analisis data terhadap variabel SIA atas sebaran jawaban oleh responden menghasilkan temuan dimana pengolahan transaksi operasional pada usaha memiliki nilai paling banyak dengan jawaban “setuju” sebesar 56,7%. Kemampuan SIA dalam memberikan informasi kebutuhan terhadap pajak sebanyak 54,6% memilih jawaban “sangat setuju”, gambaran kinerja sebanyak 48,5% memilih jawaban “setuju”, dan kesehatan finansial usaha sebanyak 43,3% memilih jawaban “setuju”. Hasil tersebut memberikan data bahwa sebagian besar dari keseluruhan responden menyetujui atas pernyataan pada variabel penggunaan sistem informasi akuntansi dan variabel tersebut dibutuhkan dalam mengelola usaha yang dimilikinya.

4.1.2.2 Variabel *E-Commerce*

Hasil analisis untuk sebaran jawaban responden pada variabel *E-Commerce* tersaji dalam tabel dibawah:

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel *E-Commerce*

NO	PERNYATAAN	Jumlah dalam (%)				
		SS	S	N	TS	STS
1	Penggunaan platform <i>e-commerce</i> meningkatkan jangkauan pemasaran produk	35,1	45,4	14,4	5,2	0
2	<i>E-commerce</i> membantu dalam mempromosikan produk secara lebih efektif	38,1	40,2	18,6	3,1	0
3	Saya memanfaatkan <i>e-commerce</i> untuk membantu meningkatkan penjualan produk	43,3	33	20,6	3,1	0
4	<i>E-commerce</i> memudahkan proses penjualan produk kepada pelanggan	25,8	55,7	15,5	3,1	0
5	Sistem pembayaran yang tersedia di <i>e-commerce</i> memudahkan transaksi bagi pelanggan	25,8	48,5	21,6	4,1	0
6	Saya menggunakan layanan bank untuk memproses pembayaran melalui platform <i>e-commerce</i>	23,7	47,4	17,5	11,3	0

Sumber : Data diolah, 2024

Analisis data hasil penelitian pada sebaran jawaban variabel *e-commerce* diketahui bahwa responden paling banyak menjawab pernyataan terkait kemudahan proses penjualan produk sebesar 55,7% dengan jawaban “setuju”, kemudian kemudahan transaksi pada *e-commerce* memiliki sebaran paling banyak 48,5% dengan jawaban “setuju”, proses pembayaran sebesar 47,5% dengan jawaban “setuju”, peningkatan jangkauan pemasaran sebesar 45,4% dengan jawaban “setuju”, peningkatan penjualan sebesar 43,3% dengan jawaban “sangat setuju”, dan efektifitas promosi produk sebesar 40,2% dengan jawaban ‘setuju’. Sebagian besar responden setuju dengan penggunaan *e-commerce* dalam kegiatan usaha karena mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan usahanya.

4.1.2.3 Variabel *Digital Payment*

Hasil analisis untuk sebaran jawaban responden terkait variabel *digital payment* disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel *Digital Payment*

NO	PERNYATAAN	Jumlah dalam (%)				
		SS	S	N	TS	STS
1	<i>Digital payment</i> memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi pembayaran	23,4	56,7	29,9	0	0
2	<i>Digital payment</i> meningkatkan penjualan UMKM karena menarik dan memudahkan pembeli UMKM	25,8	43,3	26,8	4,1	0
3	Pelaku usaha UMKM memiliki akses yang mudah terhadap aplikasi atau sistem <i>digital payment</i>	21,6	50,5	18,6	9,3	0
4	<i>Digital payment</i> memudahkan dalam merekap laporan pemasukan dari penjualan produk	33	48,5	15,5	3,1	0
5	Fitur <i>digital payment</i> yang tersedia memadai untuk kebutuhan dan memudahkan pelanggan	23,7	47,4	17,5	11,3	0
6	Tren sosial mendorong UMKM untuk menggunakan <i>digital payment</i> dalam transaksi	9,3	38,1	46,4	6,2	0
7	<i>Digital payment</i> dianggap solusi yang efektif untuk memudahkan pembayaran pada usaha UMKM	16,5	51,5	29,9	1,0	1,0
8	UMKM berencana untuk terus menggunakan <i>digital payment</i> karena membantu meningkatkan penjualan	13,4	48,5	34	4,1	0

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis sebaran distribusi frekuensi jawaban responden untuk variabel *digital payment* sebagian besar responden menjawab “setuju” paling banyak terdapat pada pernyataan kemudahan transaksi pembayaran sebesar 56,7%. Selanjutnya terkait solusi efektif pembayaran sebesar 52,5% dengan

jawaban “setuju”, akses terhadap aplikasi sebesar 50,5% dengan jawaban “setuju”, laporan pemasukan dari penjualan dan rencana penggunaan sebesar 48,5% dengan jawaban “setuju”, fitur *digital payment* sebesar 47,4% dengan jawaban “setuju”, tren sosial sebesar 46,4% dengan jawaban “netral”, dan peningkatan penjualan sebesar 43,3% dengan jawaban “setuju”. Hasil ini menunjukkan bahwa berdasarkan persepsi responden *digital payment* penting digunakan untuk membantuk usaha yang dijalankannya.

4.1.2.4 Variabel Kinerja UMKM

Hasil analisis untuk sebaran jawaban responden pada variabel kinerja UMKM dapat disajikan ke dalam tabel berikut:

Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kinerja UMKM

NO	PERNYATAAN	Jumlah dalam (%)				
		SS	S	N	TS	STS
1	Keuntungan/laba dari usaha setiap bulan selalu mengalami peningkatan di tahun 2024	57,7	39,2	3,1	0	0
2	Usaha saya mengalami peningkatan penjualan setiap bulan di tahun 2024	30,9	56,7	12,4	0	0
3	Usaha saya memiliki jangkauan pemasaran yang semakin luas	25,8	43,3	26,8	4,1	0
4	Saya menggunakan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau pelanggan	21,6	50,5	18,6	9,3	0
5	Modal usaha saya mengalami peningkatan dari sebelumnya	33	48,5	15,5	3,1	0
6	Saya mampu mengumpulkan modal tambahan untuk pengembangan usaha	23,7	47,4	17,5	11,3	0
7	Adanya penambahan jumlah tenaga kerja dalam usaha saya membantu meningkatkan produktivitas usaha	33	41,2	22,7	3,1	-
8	Pertumbuhan usaha saya berkontribusi pada penambahan lapangan pekerjaan	39,2	37,1	22,7	1	0

Sumber : Data diolah, 2024

Hasil analisis sebaran jawaban responden maka diketahui bahwa nilai distribusi frekuensi jawaban paling banyak pada pernyataan peningkatan laba dengan persentase sebesar 57,7% responden berpendapat “sangat setuju”. Peningkatan penjualan dengan persentase sebesar 56,7% memiliki jawaban “setuju”, strategi pemasaran yang efektif sebesar 50,5% dengan jawaban “setuju”, peningkatan modal usaha sebesar 48,5% dengan jawaban “setuju”, pengembangan usaha sebesar 47,4% dengan jawaban “setuju”, jangkauan pemasaran yang luas sebesar 43,3% dengan jawaban “setuju”, penambahan tenaga kerja sebesar 41,2% dengan jawaban “setuju”, dan kontribusi pada lapangan pekerjaan sebesar 39,2% dengan jawaban “sangat setuju”.

4.2 Deskripsi Statistik Variabel

Sajian data hasil analisis dari deskripsi variabel dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIA	97	17.00	25.00	21.2062	1.71354
<i>Digital_Payment</i>	97	23.00	39.00	30.5670	3.26250
<i>E_Commerce</i>	97	12.00	25.00	20.4021	3.41156
Kinerja UMKM	97	22.00	40.00	32.6186	4.73340

Sumber : Data diolah, 2024

Analisis data deskriptif menggambarkan suatu kondisi data pada setiap variabel, pada tabel 4.7 nilai n merupakan banyaknya data pada setiap variabel sebesar 97 responden. Menurut tabel deskripsi variabel diatas dapat diketahui:

1. Variabel Sistem Informasi Akuntansi memperoleh nilai minimum 17 dimana apabila dibagi dengan 5 pertanyaan menghasilkan nilai 3,4 berarti paling kecil responden menjawab “netral”, nilai maximum 25 apabila dibagi dengan 5 pertanyaan menghasilkan nilai 5 berarti paling besar responden menjawab “sangat setuju”, nilai rata-rata 21,206 dan standar deviasi 1,71.
2. Variabel *E-Commerce* memiliki nilai terendah 12 yang mana dibagi dengan 6 item pertanyaan menghasilkan nilai 2 berarti paling kecil responden menjawab “tidak setuju” sedangkan nilai tertinggi 25 yang mana dibagi dengan 6 item pertanyaan hasilnya 4,1 maka paling besar responden menjawab “setuju”, nilai rata-ratanya 20,41 dengan standar deviasi 3,41.
3. Variabel *digital payment* nilai terendah 23 dimana dibagi dengan 8 pertanyaan dihasilkan nilai 2,9 yang berarti paling kecil responden menjawab “netral” dan untuk nilai tertinggi 39 dibagi dengan 8 item pertanyaan maka dihasilkan nilai 4,9 yang artinya paling besar responden menjawab “sangat setuju”, rata-rata didapatkan nilai 30,57 dan standart deviasi 3,26.
4. Variabel kinerja UMKM memiliki nilai terendah yaitu 22 jika dibagi dengan 8 pertanyaan maka hasilnya 2,7 berarti paling kecil responden menjawab “netral” lalu nilai tertinggi didapat adalah 40 dibagi dengan 8 item pertanyaan dihasilkan nilai 5 yang berarti paling besar responden menjawab “sangat setuju”, rata-rata nilai 32,62, dan standart deviasi 4,73.

4.3 Uji Kualitas Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui apakah item pada instrumen dapat mengukur atau tidak dari indikator variabel penelitian. Uji ini menggunakan korelasi pearson yang menunjukkan apabila r hitung melebihi r tabel maka terbukti validitas atas item pertanyaan. Nilai r tabel pada signifikan 5% dengan jumlah sampel 97 adalah 0,1996. Artinya item dapat dikatakan valid jika memiliki r hitung lebih besar dari 0,1996. sedangkan item dinyatakan tidak valid jika nilai dibawah 0,1996. Menurut hasil analisis pengujian validitas item variabel menunjukkan hasil seperti yang tertera berikut:

Tabel 4. 11 Uji Validitas

Variabel	No Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0.288	0,1996	Valid
	Y.2	0.714	0,1996	Valid
	Y.3	0.818	0,1996	Valid
	Y.4	0.808	0,1996	Valid
	Y.5	0.823	0,1996	Valid
	Y.6	0.801	0,1996	Valid
	Y.7	0.857	0,1996	Valid
	Y.8	0.812	0,1996	Valid
Sistem Informasi Akuntansi (X1)	X1.1	0.352	0,1996	Valid
	X1.2	0.429	0,1996	Valid
	X1.3	0.681	0,1996	Valid
	X1.4	0.324	0,1996	Valid
	X1.5	0.681	0,1996	Valid
<i>E- Commerce</i> (X2)	X2.1	0.857	0,1996	Valid
	X2.2	0.863	0,1996	Valid
	X2.3	0.924	0,1996	Valid
	X2.4	0.763	0,1996	Valid
	X2.5	0.762	0,1996	Valid
	X2.6	0.924	0,1996	Valid

<i>Digital Payment</i> (X3)	X3.1	0.305	0,1996	Valid
	X3.2	0.808	0,1996	Valid
	X3.3	0.780	0,1996	Valid
	X3.4	0.761	0,1996	Valid
	X3.5	0.781	0,1996	Valid
	X3.6	0.284	0,1996	Valid
	X3.7	0.204	0,1996	Valid
	X3.8	0.257	0,1996	Valid

Sumber : Olah data penelitian, 2024

Hasil uji validitas telah dilakukan dan diketahui dari semua variabel yaitu kinerja UMKM, Sistem Informasi Akuntansi, *E-Commerce*, dan *Digital Payment* menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel dimana semua item nilai r hitung lebih dari 0,1996 sehingga dapat dianggap semua item indikator dalam penelitian bersifat valid dapat mengukur indikator variabel penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menganalisis apakah instrumen handal atau tidak dalam menyusun variabel penelitian. Penelitian ini uji reliabilitas menggunakan metode uji cronbach alpha dengan kriteria nilai cronbach alpha harus melebihi 0,60. telah dilakukan uji reliabilitas dan didapatkan hasil berikut:

Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Keterangan
1	Kinerja UMKM	0,891	Reliabel
2	SIA	0,718	Reliabel
3	<i>E-Commerce</i>	0,924	Reliabel
4	<i>Digital Payment</i>	0,706	Reliabel

Sumber : Olah data penelitian, 2024

Hasil uji reliabilitas didapatkan nilai cronbach alpha masing-masing variabel penelitian diatas 0,60 yang berarti bahwa instrumen bersifat reliabel dan dapat digunakan penelitian.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas. Berikut hasil analisis data penelitian:

4.4.1 Uji Normalitas

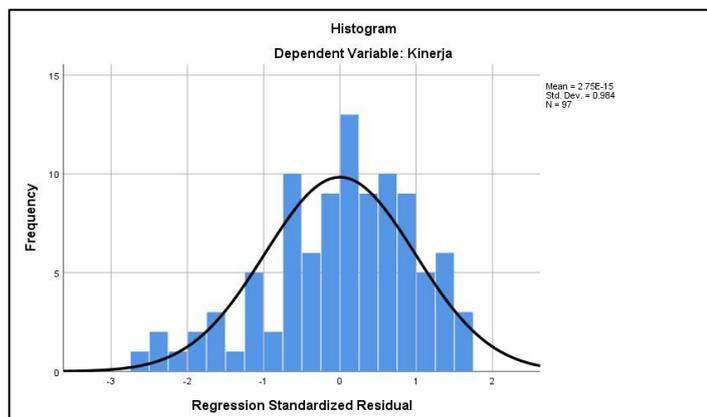
UPenggunaan uji kolmogorove-smirnov dalam proses uji normalitas di penelitian ini dan melalui program SPSS. Hasil uji normalitas diterima hipotesisnya jika nilai signifikan $> 0,05$ dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov-smirnov maka hasil uji dapat disajikan ke dalam tabel berikut:

Tabel 4. 13 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	0.0000000	0.0000000
	1.74078627	1.73032465
Most Extreme Differences	0.084	0.081
	0.046	0.046
	-0.084	-0.081
Test Statistic		0.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.090 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Olah data penelitian, 2024

Hasil uji normalitas dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hasil nilai signifikan 0,090. Nilai signifikan yang didapat diatas 0,05 sehingga dapat dinyatakan data terdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis lanjut. Hasil uji normalitas dapat juga digambarkan ke dalam diagram berikut ini.



Sumber: Olah data penelitian, 2024

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dengan teknik pemeriksaan faktor inflasi (VIF) dan nilai toleransi untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi. Multikolinearitas terdeteksi jika memiliki toleransi kurang dari 0,10 atau VIF lebih dari 10 (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
SIA	0.946	1.057
E Commerce	0.425	2.355
Digital Payment	0.422	2.371

Sumber: olah data penelitian 2024

Hasil diatas diketahui bahwa variabel sistem informasi akuntansi dengan hasil nilai toleransi 0,946 dengan VIF 1,057. Variabel *E-Commerce* didapat nilai toleransi sebesar 0,425 dan nilai VIF 2,355. *Digital Payment* didapat nilai toleransi 0,422 dan VIF 2,371. disimpulkan nilai toleransi dari semua variabel melebihi 0,10 serta hasil nilai VIF kurang dari 10 sehingga penelitian ini tidak

mengalami multikolinearitas sesuai dengan hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan.

4.4.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian penelitian digunakan pengujian dengan uji glejser dimana kriteria pengambilan keputusan data tidak mengalami heterokedastisitas jika nilai signifikan lebih dari 0,05. Hasil uji glejser dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 15 Uji Heterokediastistas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.723	1.585		0.456	0.649
	SIA	0.039	0.066	0.062	0.585	0.560
	E_Commerce	-0.005	0.040	-0.020	-0.126	0.900
	Digital_Payment	-0.002	0.052	-0.005	-0.031	0.975

a. Dependent Variable: RES

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas yang memberikan jawaban bahwa variabel SIA hasil nilai signifikan 0,560, variabel *e-commerce* nilai signifikan 0,900, dan *digital payment* dengan hasil signifikan 0,975. Hasil uji memperlihatkan dimana nilai signifikan semua variabel lebih dari 0,05 yang berarti gejala hetrokedastisitas tidak dialami pada data penelitian.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hubungan yang bersifat linear atas beberapa variabel independen terhadap variabel dependen ini terdapat dalam teknik analisis regresi linear berganda. Adapun rumus persamaan dari pengujian regresi linear berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Kinerja UMKM
 α = Konstanta
 $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi Variabel X1, X2, X3
X₁ = Sistem Informasi Akuntansi
X₂ = E-Commerce
X₃ = Digital Payment
e = Standar Error

Berikut merupakan hasil analisis uji regresi linear :

Tabel 4. 16 Uji Regresi linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	9.295	2.593		3.585	0.001
SIA	0.224	0.108	0.081	2.071	0.041
E_Commerce	0.373	0.066	0.331	5.657	0.000
Digital_Payment	0.915	0.085	0.631	10.742	0.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data penelitian 2024

Persamaan yang didapatkan dari hasil pengujian regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,295 + 0,224X_1 + 0,373X_2 + 0,915X_3 + 2,593e$$

Kemudian simpulan dari persamaan regresi di atas adalah:

1. Besarnya konstanta yaitu sebesar 9,295 artinya besarnya nilai variabel kinerja UMKM bila tidak dipengaruhi variabel independen maka nilainya sebesar 9,295.

2. Koefisien regresi variabel penggunaan SIA memiliki nilai 0,224 dan arahnya positif maka menunjukkan variabel SIA memiliki pengaruh dengan arah positif terhadap kinerja UMKM sebesar 0,224.
3. Koefisien regresi variabel *e-commerce* menunjukkan nilai dengan hasil 0,373 dan bernilai positif maka menunjukkan pengaruh positif *e-commerce* terhadap kinerja UMKM adalah 0,373.
4. Koefisien regresi variabel *digital payment* yaitu memiliki nilai 0,915 bertanda positif maka menunjukkan bahwa besarnya pengaruh positif *digital payment* terhadap kinerja UMKM sebesar 0,915.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Koefisiensi Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian tahap uji t dilakukan guna melihat pengaruh individual dari setiap variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Uji t yang diuji pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, apabila hasil nilai signifikansi $< 0,05$ dapat disimpulkan variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan apabila nilai sig. $> 0,05$ berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji hipotesis uji t secara parsial dapat disajikan ke dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 17 Uji t

Variabel	t	Sig.
SIA	2.071	0.041
E_Commerce	5.657	0.000
Digital_Payment	10.742	0.000

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasarkan sajian data tabel hasil uji t dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t parsial pada hipotesis pengaruh penggunaan SIA terhadap kinerja UMKM dihasilkan nilai 2,071 dan signifikan sebesar 0,041 dimana lebih kecil dari 0,05. hasil memperlihatkan bahwa hipotesis diterima dimana penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
2. Hasil uji t parsial untuk hipotesis pengaruh *E-Commerce* terhadap kinerja UMKM diperoleh nilai 5,657 dan signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. hasil menunjukkan bahwa hipotesis diterima dimana *E-Commerce* berpengaruh positif serta hasil signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Hasil uji t parsial untuk hipotesis pengaruh *digital payment* terhadap kinerja UMKM diperoleh nilai 10,742 dan signifikan sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. hasil memperlihatkan dimana hipotesis diterima yaitu artinya *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

4.6.2 Uji Koefisiensi Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan guna pengujian pada hipotesis secara keseluruhan yang menyatakan besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5% digunakan dalam penelitian ini. Apabila didapat nilai signifikansi F-hitung $< 0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh signifikan yang simultan pada variabel dependen. Apabila signifikansi dari nilai F-hitung $> 0,05$, maka variabel independen dan variabel

dependen secara simultan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan. Berikut hasil uji F maka disajikan ke dalam tabel:

Tabel 4. 18 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1859.974	3	619.991	198.201	0.000 ^b
	Residual	290.912	93	3.128		
	Total	2150.887	96			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), Digital_Payment, SIA, E_Commerce						

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasarkan uji simultan diperoleh nilai 0,000 yang artinya lebih rendah dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Sistem Informasi Akuntansi, *E-Commerce*, dan *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

4.6.3 Uji Koefisiensi Determinasi R Square (Uji R²)

Besaran hasil kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan besar nilai antara 0 dan 1 merupakan tujuan uji R². apabila nilai R² rendah mengindikasikan bahwa model regresi memiliki kemampuan prediksi yang lemah karena variabel independen hanya memberikan sedikit informasi tentang variabel dependen. Hasil uji R² diuraikan dalam tabel:

Tabel 4. 19 Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.930 ^a	0.865	0.860	1.76864
a. Predictors: (Constant), DIGITAL_PAYMENT, SIA, E_COMMERCE				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: olah data penelitian 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi atau uji R^2 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,865 yang menunjukkan bahwa besarnya pengaruh SIA, *E-Commerce* dan *Digital Payment* terhadap kinerja UMKM sebesar 86,5%. Sedangkan yang 13,5% dipengaruhi faktor lain.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM

Menurut hasil penelitian didapatkan hasil bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi atau SIA memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Secara statistik hasil koefisien regresi adalah positif dengan nilai 0,224 dan signifikan dibawah 0,05 yaitu pada nilai uji t 0,041 menyatakan hipotesis diterima. Hasilnya jika semakin tinggi penggunaan SIA dalam bisnis maka akan tinggi juga kinerja UMKM. Sebaliknya, jika penggunaan sistem informasi akuntansi semakin rendah maka kinerja UMKM juga semakin rendah. SIA memberikan informasi kepada pemilik UMKM sehingga memudahkan untuk mengambil keputusan khususnya yang berkaitan dengan peningkatan UMKM. Akibat dari adanya penggunaan sistem informasi akuntansi pemilik UMKM memperoleh informasi terkait dengan keuangan secara akurat sehingga pemilik UMKM dapat memutuskan untuk menambah modal dan menambah karyawan agar produktivitas produk dapat meningkat.

Informasi yang dihasilkan dari catatan akuntansi diperlukan oleh suatu entitas untuk membuat keputusan yang terinformasi bagi perusahaan. Bisnis UMKM dalam menentukan keberlangsungan usahanya juga perlu memperluas

pemahaman mengenai informasi akuntansi. Tujuan dirancangnya sistem informasi akuntansi guna dalam pelaksanaannya dapat memberikan hasil informasi yang berkualitas dan dapat digunakan kepada pihak manajemen selanjutnya digunakan sebagai bahan pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan (Prasetyo & Ambarwati, 2021). Sistem informasi akuntansi berperan penting, yang mana sistem tersebut mampu memperoleh informasi-informasi sebagai bentuk pengambilan keputusan agar tercapainya tujuan perusahaan dan membantu dalam perkembangan organisasi yang ada didalamnya.

Menurut Teori *Resource-Based View* peningkatan efisiensi serta efektivitas dalam bisnis atau perusahaan salah satunya dengan pemberdayaan sumber daya dalam perusahaan. Teori ini merupakan gambaran dari orientasi perusahaan bahwa terciptanya keunggulan bersaing dalam bisnis apabila diikuti dengan sumber daya profesional yang dimiliki perusahaan yang tidak terdapat pada perusahaan lain. Sejalan dengan penggunaan sistem informasi akuntansi sebagai sumber daya yang dimiliki bisnis UMKM dapat membantu dalam menghasilkan informasi akuntansi yang berkualitas sehingga dapat digunakan dalam pengambilan keputusan dan mempermudah akses modal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian milik Indahsari et al., (2023) menunjukkan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di wilayah Banyuwangi. Didukung dengan penelitian Prasetyo & Ambarwati, (2021) dan Amalia, (2023) dengan hasil yang serupa dimana sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh positif signifikan pada kinerja UMKM. Namun hasil penelitian Silvia et al., (2022) menunjukkan

hasil tidak serupa dimana sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh yang hasilnya negatif terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung.

4.7.2 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM

E-Commerce memberikan inovasi bisnis di bidang teknologi dengan pengubahan metode dari tradisional ke modern yang menawarkan kemudahan dalam proses bisnis. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan *e-commerce* memiliki pengaruh bernilai positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sesuai dengan hasil analisis dimana nilai positif 0,373 pada koefisien regresi uji t dan signifikansi 0,000 dimana kurang dari 0,05. UMKM terbantu dengan adanya *e-commerce* dimana penjualan produk menjadi semakin luas sehingga meningkatkan pendapatan. Pemasaran produk yang semakin luas menjadikan pembeli semakin banyak sehingga UMKM harus meningkatkan produk dengan meningkatkan modal dan tenaga kerja.

Model Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) kaitanya adopsi teknologi baru memberikan dua konsep utama yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebergunaan). *E-Commerce* sendiri merupakan pengembangan dari suatu teknologi berupa perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan suatu bisnis dalam pengelolaan usahanya. Proses jual beli barang/jasa secara elektronik dengan melibatkan transaksi yang menggunakan internet, jaringan dan teknologi digital lainnya menjadi cara kerja *E-Commerce* yang dapat mempermudah pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerjanya. Sehubungan

dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) teori dimana berfokus pada persepsi kemudahan apabila semakin tinggi kemudahan sistem *e-commerce*, maka semakin besar minat yang mendorong dalam pemanfaatan sistem tersebut (Nurdiansyah et al., 2022).

Hasil penelitian menunjukkan kesamaan dengan penelitian milik Wahyuni et al., (2021) dan Akob et al., (2022) dengan hasil bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hasil Penelitian oleh Titasari (2023) menunjukkan hal yang sama dimana *e-Commerce* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dilihat dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa untuk pemanfaatan *e-commerce* dalam suatu usaha dapat mempermudah serta membantu meningkatkan penjualan produk melalui sistem pemasaran secara online dari bisnis UMKM itu sendiri. Namun, penelitian ini menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian Silvia et al., (2022) dimana *e-commerce* memiliki pengaruh dengan nilai negatif terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung.

4.7.3 Pengaruh *Digital payment* terhadap kinerja UMKM

Hasil dari penelitian dimana *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai hasil analisis regresi yaitu positif 0,915 dan signifikansi nilai 0,000 terlihat dibawah 0,05. Hasil ini berarti bahwa penggunaan *digital payment* yang semakin tinggi maka kinerja UMKM akan semakin tinggi. Sebaliknya, penggunaan *digital payment* semakin rendah maka kinerja UMKM akan semakin rendah. *Digital paymet* memudahkan pembeli untuk melakukan pembayaran sehingga menarik pembeli khususnya kaum muda yang

menggunakan transaksi digital. Selain itu, dengan adanya *digital payment* memudahkan pemilik UMKM untuk mengevaluasi keuangan yang diperoleh setiap periodenya. Kondisi ini membantu pemilik UMKM memahami keuangan UMKM laba atau rugi sehingga dapat diambil keputusan secara cepat dan tepat dalam meningkatkan produk UMKM.

Kemajuan akan teknologi dan ekonomi digital pada era ini ditambah kebiasaan masyarakat akan hal *cashless society* menjadikan masyarakat tidak terlepas dari gadget, hal ini perlu menjadi perhatian oleh pelaku usaha untuk menyesuaikan kondisi tersebut agar bisnis yang dijalankan pelaku UMKM tetap berjalan seiring dengan perkembangan jaman dan tidak terancam punah ataupun tertinggal. *Digital payment* dikatakan sebagai sebuah temuan yang memiliki inovasi dalam transaksi pembayaran di era saat ini dan menjadi ramai disemua kalangan masyarakat.

Digital payment sebagai alat transaksi dan pembayaran yang saat ini digunakan oleh berbagai kalangan merupakan suatu efek dari pengembangan teknologi digital. Sesuai teori TAM yang memiliki dua konstruk utama yaitu *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived Usefulness* (persepsi kebergunaan), Penerapan digital paymentt dapat memberikan kemudahan transaksi pada prosesbisnisnya. Pengguna hanya perlu melakukan transaksi dengan memanfaatkaninternet yaitu secara online, seluruh bentuk teknologi ini menggunakan metode pembayaran non-tunai atau pembayaran secara elektronik antara pelaku bisnispembeli dan penjual.

Sesuai hasil yang diteliti oleh Asisa et al., (2022) menunjukkan dimana digital paymentt berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di kota Makassar. Penelitian Evita et al., (2024) dan Titasari (2023) yang menunjukkan hasil serupa yaitu digital paymentt secara positif berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM yang mana berpengaruh juga terhadap kinerja UMKM. Kemudahan yang diberikan dengan penggunaan digital payment dianggap sebagai percepatan dari bisnis UMKM. Namun penelitian Fatihah et al., (2024) memberikan hasil dimana penerapan *digital payment* tidak berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan UMKM dimana tandanya tidak berengaruh juga terhadap kinerja UMKM yang artinya tidak sejalan dengan penelitian ini.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini guna menganalisis pengaruh serta mendapatkan bukti empiris akan penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Semarang. Menggunakan alat analisis program *software* SPSS dengan 97 sampel UMKM. Berdasarkan temuan penelitian, dapat diketahui simpulan penelitian adalah:

1. Penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggunaan variabel SIA memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi berkualitas berkaitan dengan keuangan sehingga mempermudah dalam pengambilan keputusan dan penambahan modal yang mana dapat meningkatkan kinerja UMKM.
2. Penggunaan *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. *E-commerce* membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan usaha dan distribusi pemasarannya kemudian menjadikan pembeli semakin banyak dan dapat meningkatkan pendapatan sehingga kinerja UMKM juga meningkat.
3. Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Kemudahan yang diberikan *digital payment* dalam melakukan transaksi pembayaran, penyesuaian terhadap kondisi *cashless society* dan memudahkan pelaku UMKM dalam evaluasi

keuangan setiap periodenya sehingga hal tersebut dapat membantu meningkatkan kinerja UMKM.

5.2 Implikasi

Berdasarkan pembahasan, dikemukakan implikasi pada penelitian sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Implikasi teoritis pada penelitian ini mampu mengembangkan teori dan menambah wawasan mengenai penggunaan sistem informasi akuntansi, e-commerce, dan digital payment terhadap kinerja UMKM.

2. Implikasi Praktis

Implikasi praktis pada penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan usaha pelaku UMKM serta peningkatan kinerja dengan menerapkan penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* sehingga bisnis UMKM dapat berjalan dengan optimal dan mampu bersaing di era transformasi ekonomi digital saat ini. Bagi pemerintah, dapat dijadikan sarana pendukung dalam penyusunan program kerja atau kegiatan yang mampu meningkatkan kinerja UMKM di Kota Semarang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat keterbatasan – keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner melalui google form untuk mengumpulkan data yang menyebabkan responden berpeluang memiliki kesalahan dalam menjawab pertanyaan yang disediakan.

2. Sampel penelitian ini difokuskan pada UMKM di Kota Semarang dan adanya kriteria skala usaha (mikro, kecil, dan menengah), distribusi sampel mungkin tidak merata, sehingga hasil penelitian lebih banyak merepresentasikan usaha mikro dibandingkan usaha kecil atau menengah.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diberikan :

1. Bagi peneliti selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan model penelitian dengan melibatkan karakteristik UMKM seperti jenis kelamin, lama usaha berdiri, lokasi usaha dan omzet yang dapat dikaitkan dengan variabel penelitian sehingga dapat diketahui adanya unsur lain yang mungkin mempengaruhi kinerja UMKM.
 - b. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah sampel responden dari kelompok yang berbeda untuk dapat membandingkan hasil penelitian.
2. Bagi UMKM
Penelitian ini diharapkan mampu digunakan UMKM dalam melakukan penerapan dan pemanfaatan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* untuk mengoptimalkan usaha sehingga mampu bersaing di era transformasi ekonomi digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akob, R. A., Kausar, A., Paris Dauda, Siti Wardani Bakri Katti, Sudirman, & Besse Qur'ani. (2022). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Makassar). *Jurnal Sains Manajemen Nitro*, 1(2), 174–181.
- Amalia, M. M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Kualitas Laporan Keuangan, Efektivitas Pengambilan Keputusan terhadap Kinerja UMKM Di Jakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 2(02), 32–42.
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, tri S., & Ariantini, N. S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV. Pradina Pustaka Grup.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Asisa, W., Aulia, P., Dalianti, N., & Handa, Y. R. (2022). Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Dinamika*, 3(1), 23–50.
- Banowaty, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Electronic Commerce Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Studi Kasus Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–20.
- Evita, U., Tripermata, L., & Anggraini, L. D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Digital Payment Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 28(2), 43–51.
- Firdhaus, A., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Umkm Di Kecamatan Gubeng Surabaya. *Jurnal Proaksi*, 9(2), 173–187.
- Ghozali, I. (2021). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yoga Pratama.

- Hasanah, U., Rusydi, M., Maulana, C. Z., Maftukhatushalikhah, M., & Azwari, P. C. (2021). Penggunaan Digital Payment Syariah Pada Masyarakat Di Kota Palembang: Pendekatan Teori Technology Acceptance Model (TAM) pada Layanan Syariah LinkAja. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 93–107.
- Hutabarat, M. P. A., Yunita, N. A., Putri, R. G., & Indrayani, I. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Sistem Penjualan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 1(1), 1.
- Indahsari, W. N., Halim, M., & Aspirandy, R. M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Wilayah Banyuwangi. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 80–89.
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyan, L., Qalati, S. A., & Erusalkina, D. (2019). Effects of the Digital Payment System on Smes Performance in Developing Countries; a Case of Ghana. *EPR International Journal of Economic and Business Review*, January 2020, 79–87.
- Lenti, F. N. (2017). Rekayasa Proses Bisnis Pada E-Commerce B2B–B2C Menggunakan Sistem Afiliasi. *JIKO (Jurnal Informatika Dan Komputer)*, 2(1), 41–49.
- Marendra, Ekawati, E., & Nasruddin. (2022). Pengaruh sistem informasi akuntansi dan e-commerce pada kinerja UMKM. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 19(3), 544–551.
- Nurdiansyah, A., Suci Pratiwi, A., & Kaunaini, N. (2022). Literature Review Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kepuasan Terhadap E-Commerce. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 297–303.
- Prasetyo, A. S., & Ambarwati, L. (2021). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM Daerah Istimewa Yigyakarta. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 171–189.
- Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). *PENGARUH SISTEM INFORMASI*

AKUNTANSI DAN SISTEM PENGENDALIAN INTERNAL TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN (STUDI KASUS PADA KOPERASI DI KECAMATAN PAYANGAN). 11(2), 179–189.

- Satria, A., & Wahyundaru, S. D. (2022). The Influence Of Successful Factors Of Business Performance Using Of Accounting Information As Moderating Variables On Food MSME Business Owners In Blora Regency, Indonesia. *Nusantara Islamic Economic Journal*, 7(1), 77-78.
- Silalahi, P. R., & Chairina. (2023). *EKONOMI DIGITAL : Perkembangan Bisnis digital, Pemasaran Digital, ECommerce, Fintech Berbasis Syariah dan Homoislamicus dalam Perilaku Konsumen*. CV. Merdeka Kreasi Group.
- Silvia, D., Sari, M. S. S., & Salma, N. (2022). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM Di Kota Bandar Lampung. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 119–128.
- Tiandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10.
- Titasari, H. I. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, 2(1), 25–51.
- Wahyundaru, S. D. (2020). Faktor Yang Menghambat Kesiapan UMKM Di Kota Semarang Dalam Menerapkan Sak-ETAP. *Akuntansi Dewantara* 4(01), 81–87.
- Wahyundaru, S. D. (2022). Penerapan SIA aplikasi IT Zein Akunting dalam bisnis UMKM pengusaha muslim se-Jawa Tengah. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(02), 168–179.
- Wahyundaru, S. D., Putra, W., Wibowo, M., Ivada, E., Nurastuti, P., Sasongko, C. D., Choiri, M. M., & Yuzaria, D. (2024). Linking the role of e-commerce and financial literacy on MSME's sustainability performance during the digital era. *International Journal of Data and Network Science*, 8(4), 2651–2662.

- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang. *Jurnal UNTIDAR*, September, 287–300. <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/semnasfe2021/article/view/4479>
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money Payment : Customers ' Adopting Factors and the Implication for Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 57.
- Widodo, Z. D., Purwaningrum, J. P., Purbasari, I., Rini, G. P., & Putra, A. R. (2022). *Manajemen Koperasi dan UMKM* (D. E. Putri & E. P. Sari (eds.)). Widina Bhakti Persada bandung.
- Widowati, N., & Khusaeni, M. (2022). Adopsi Pembayaran Digital QRIS pada UMKM Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 01(3), 325–347.
- Yusuf, M., & Ifada, N. (2021). *E-Commerce Konsep dan teknologi*. Media Nusa Creative.
- Zamzami, F., Nusa, N., & Ihda, A. F. (2021). *SISTEM INFORMASI AKUNTANSI*. Gadjah Mada University Press.

