

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DIBIDANG
MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk memenuhi persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh :

Muhammad Izzul Haq

31401800108

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI

2025

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM
INFORMASI AKUNNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI BIDANG
MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG**

Disusun Oleh :

Muhammad Izzul Haq

NIM: 31401800108



Pembimbing

Dr. Dedi Rusdi, SE., M.Si., Akt, CA., CRP

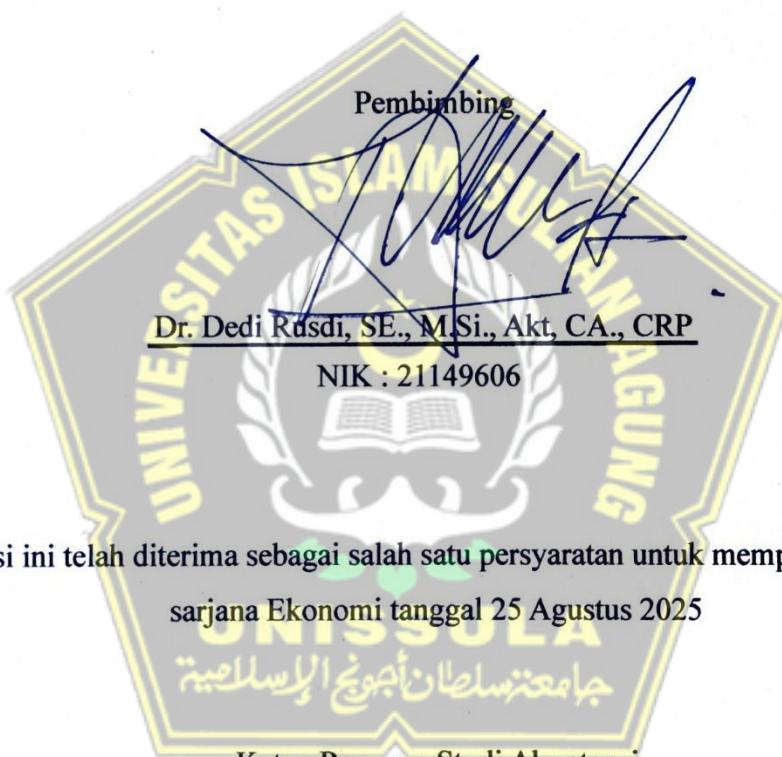
NIK : 21149606

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM
INFORMASI AKKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DIBIDANG
MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG**

Disusun oleh

Muhammad Izzul Haq

NIM : 3141800108



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
sarjana Ekonomi tanggal 25 Agustus 2025

Ketua Program Studi Akuntansi



Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak.CA., IFP., AWP., Phd

NIK : 211403012

HALAMAN PENYATAAN

Nama : Muhammad Izzul Haq

NIM 3140180018

Program Studi : S1 Akuntansi

Menyatakan bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul :

“PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DIBIDANG MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG”

merupakan hasil karya ilmiah peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan semestinya.

UNISSULA
جامعة سلطان عبد العزiz الإسلامية

Semarang, 25 Juli 2025



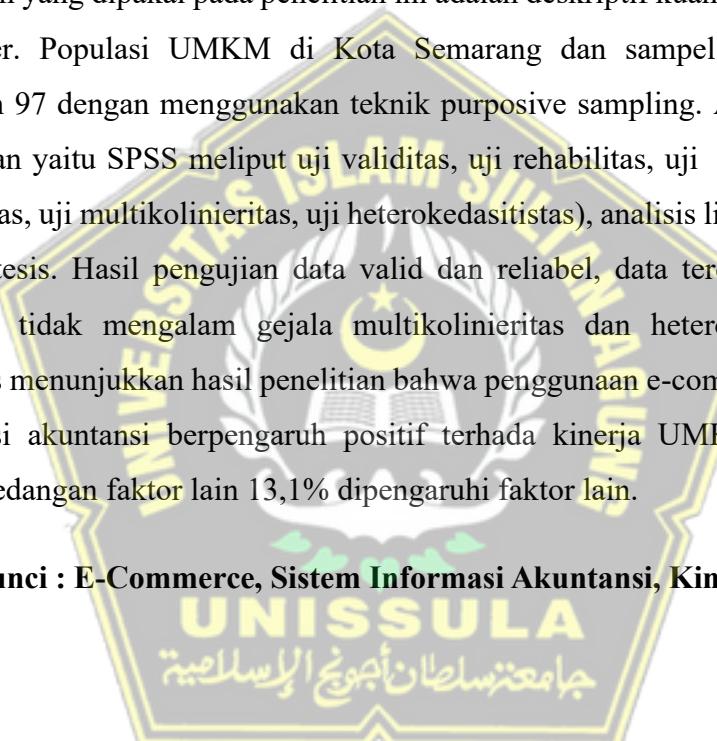
Muhammad Izzul Haq

NIM : 31401800108

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Peningkatan kinerja UMKM perlu disesuaikan dengan kondisi saat ini, dimana ekonomi berada pada fase transformasi ke era ekonomi digital. Hal ini juga terjadi di Kota Semarang terutama dibidang makanan dan minuman. Berdasarkan hal tersebut terdapat rumusan masalah pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM. Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan data kuesioner. Populasi UMKM di Kota Semarang dan sampel yang digunakan sejumlah 97 dengan menggunakan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS meliput uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedasitistas), analisis linear bergand, dan uji hipotesis. Hasil pengujian data valid dan reliabel, data terdistribusi normal. Variabel tidak mengalami gejala multikolinieritas dan heterokedasitistas. Uji hipotesis menunjukkan hasil penelitian bahwa penggunaan e-commerce dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM dengan hasil 83,9% sedangkan faktor lain 13,1% dipengaruhi faktor lain.

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



ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the economic drivers in Indonesia. Improving MSMEs performance needs to be adapted to current conditions, where the economy is in a phase of transformation to the digital economy era. This also applies to the food and beverage sector Semarang City. Based on this. The research problem is formulated as the effect e-commerce and accounting information systems on MSMEs performance. This study uses a descriptive quantitative approach with questionnaire data. The population consists of MSMEs in Semarang City, and the sample used is 97. Selected using a purposive sampling technique. The analysis tool used is SPSS, which includes tests, reliability tests, classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The test result shows that the data is valid and reliable, and the data is normally distributed. The variables do not show symptoms of multicollinearity and heteroscedasticity. The hypothesis test result indicates that the use of e-commerce and accounting information systems has a positive effect on MSMEs performance, with a result of 83.9\$, while other factors account for the remaining 13.1\$.

Keyword : E-Commerce, accounting information system, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DIBIDANG MAKANAN DAN MINUMAN DI KOTA SEMARANG”** ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata satu di Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA., IFP., AWP., Phd. selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Dedi Rusdi, SE., M.Si., Akt., CA., CRP Selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar dan tulus meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing, memberikan masukan, serta motivasi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
4. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, yang tiada henti memberikan doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak terbatas. Terima kasih atas setiap tetes keringat dan pengorbanan yang telah diberikan.
5. Kedua kakak Cewek Qurratu A'yun dan Lina Farida yang selalu memberikan semangat dan menyuruh untuk cepat menyelesaikan kuliah terus kerja .

6. Anfal atau nama lainnya andong, teman jam malam jam-jam orang sambat berbagi cerita sejalan sejawat semesta, suwun lekku
7. FANLEE (lelelelelelee) streamer YouTube game terbaik MCGG, terimakasih lekku sudah menemaniku menyelesaikan skripsiku disaat suntuk-suntuknyaa
8. Semua teman Langgar Deprok, yang telah menjadi keluarga kedua, terima kasih atas tawa, cerita, dan kebersamaan yang tak terlupakan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.



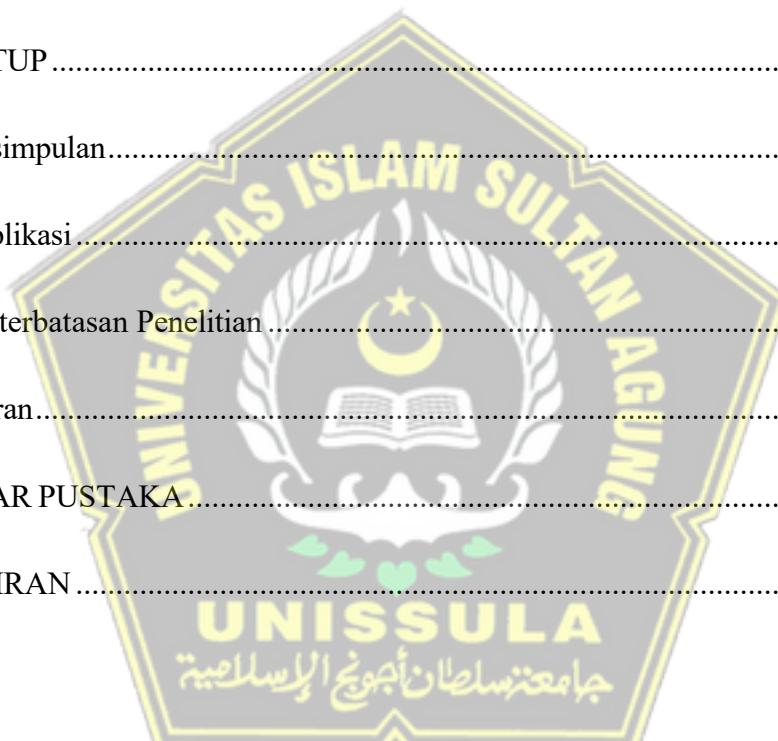
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I	2
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pernyataan penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penilitian	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM).....	8
2.2.1 Variabel Penelitian.....	9
2.2.1 Kinerja UMKM.....	9
2.2.2 E-commerce	13
2.2.3 Sistem Informasi dan Akuntansi	16
2.3 Penelitian Terdahulu.....	17

2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis.....	20
2.4.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	20
2.4.2	Pengembangan Hipotesis	21
2.4.2.1	Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.	21
2.4.2.2	Penngaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang.....	22
BAB III.....		24
METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1	Populasi.....	24
3.2.2	Sampel.....	25
3.3	Sumber dan Jenis Data.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5	Variabel, Definisi Operasiional, dan Indikator	26
3.5.1	Variabel	27
3.5.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
3.6.1	Teknik Aanalis.....	29
3.6.2	Uji Kualitas Data.....	29
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	30
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	32

3.6.5 Uji Kebaikan Model.....	32
3.6.6 Pengujian Hippotesis.....	33
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian / Responden.....	35
4.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	36
4.1.2 Karakteristik Usia	37
4.1.3 Karakteristik Lama Usaha	37
4.1.4 Karakteristik Jenjang Pendidikan	38
4.2 Analisis Data.....	39
4.2.1 Uji Validitas	39
4.2.2 Uji Rehabilitas	43
4.2.3 Uji Analisis Deskriptif	45
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	46
4.2.4.2 Uji Moltikolinieritas	47
4.2.4.3 Uji Heteroskedasitisitas	48
4.2.5 Analisis Linier Berganda	49
4.2.6 Uji Kelayakan Model.....	50
4.2.6.1 Uji F	51

4.2.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
4.2.7 Pengujian Hipotesis	52
4.3 Pembahasan	53
4.3.1 Pengaruh E-commerce terhadap Kinerja UMKM	53
4.3.2 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi.....	54
BAB V	56
PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Implikasi	56
5.3 Keterbatasan Penelitian	57
5.5 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	63



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data UMKM di Kota Semarang	3
Tabel 2.1 Penilitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1 Indikator Pengukuran Variabel.....	24
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuisioner	35
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.3 Pengujian Karakteristik Usia.....	33
Tabel 4.4 Pengujian Karakteristik Lama Usaha	34
Tabel 4.5 Pengujian Karakteristik Jenjang Pendidikan	34
Tabel 4.6 Uji Validitas Penggunaan E-Commerce	35
Tabel 4.7 Penggunaan Sitem Informasi Akuntansi.....	37
Tabel 4.8 Kinerja UMKM	38
Tabel 4.9 Uji Reabilitas E-Commerce	39
Tabel 4.10 Uji Reabilitas Sistem Informasoi Akuntansi.....	39
Tabel 4.11Uji Reabilitas Kinerja UMKM	40
Tabel 4.12 Uji Analisis Deskriptif	40
Tabel 4.13 Uji Normalitas	41
Tabel 4.14 Uji Moltikolinieritas	42
Tabel 4.15 Hasil Analisis Linier Berganda.....	44
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan F.....	45
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis E-Commerce	46
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Hipotesis SIA	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	21
Gambar 4.1 Uji Heteroskedasitisitas	48



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM, sebuah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Semarang. Adanya umkm membuka banyak lapangan perkerjaan dan membantu mengurangi jumlah pengangguran dan tingkat kemiskinan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah sebuah usaha milik perorangan, atau diri sendiri tidak ada campur tangan dengan perusahaan lain sebagai dengan Undang – Undang No. 20 pada Tahun 2008. Berdasarkan informasi dari pada tahun 2023 umkm di Indonesia mencapai 66 juta dengan kontribusi umkm mencapai 61% dari pendapatan Domestik Bruto (PDB) indonesia, serta berhasil menyerap sekitar (97%) dari total tenaga kerja. Namun, tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku umkm dalam sektor ini adalah bagaimana meningkatkan kinerja dan daya saing ditengah persaingan yang sangat ketat. Semakin majunya teknologi umkm dituntut untuk melakukan perubahan atau inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam pengembangan bisnisnya. Dengan banyaknya umkm bisa menyerap lapangan pekerjaan dan memeratakan perekonomian sehingga dapat membantu pendapatan masyarakat. Tanpa pertumbuhan ekonomi, kehidupan masyarakat tidak mungkin semakin makmur dan tanpa pertumbuhan ekonomi, mustahil pengangguran akan semakin berkurang (Lulus, Rahoyo 2018).

Pasca dicabutnya status pandemi Covid – 19, umkm dikota semarang mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Diketahui, perkembangan umkm di Kota Semarang pada dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020 terdapat 17.892 umkm dan pada tahun 2021 bertambah jumlah umkm sebanyak 4.320 unit umkm sehingga jumlah umkm yang terdapat pada tahun 2021 sebanyak 22.212. Pada tahun 2022 umk di Kota Semarang meningkat sangat pesat yaitu bertambah 7.399 maka jumlah pada tahun tersebut sebanyak 29.611 unit umkm. Kuliner menjadi salah satu kategori umkm di kota semarang. Hal itu menjadi salah satu kategori

umkm yang bagus akan tetapi setiap tahunnya menunjukkan perkembangan yang kurang stabil pada bidang kuliner di Kota Semarang.

Data dari Portal Semarang Satu Data, Data Kategori Industri dan Usaha Mikro sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Data UMKM di Kota Semarang

Jenis usaha	Tahun		
	2020	2021	2022
Bidang Kuliner	5.750	7.392	3.031
Bidang fashion	927	1.010	335
Bidang lainnya	11.236	13.840	26.245
Jumlah	17.913	22.242	29.611

Sumber : <https://data.semarangkota.go.id>

Dalam tabel yang disajikan, terlihat jelas bahwa UMKM di Kota Semarang mengalami lonjakan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat ditahun 2020, jenis usaha bidang kuliner ada sebanyak 5.750 UMKM. Tahun 2021 menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dengan tambahan 1.642 unit UMKM, menjadikan total umkm pada tahun 2021 menjadi 7.392 unit. Namun, pada tahun 2022 jumlah umkm di bidang kuliner menjadi 3.031, mengalami penurunan sebanyak 4.361 unit dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Dilansir dari berita joglojateng.com (2023) yang berjudul “Baru 60 persen UMKM di Kota Semarang Melek Digital” didalam berita tersebut Agus Wuryanto selaku Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Semarang mengatakan, baru 60 persen umkm di Kota Semarang menggunakan teknologi digital

sedangkan jumlah umkm per 2023 saat ini ada 29.531. Dari pengamatannya masih banyak pelaku usaha yang belum melek di dunia digital terutama ibu-ibu yang sudah berumur. Karena itu pihaknya gencar melakukan sosialisasi dan memberikan pemahaman pentingnya teknologi, dan memberikan pelatihan pada umkm.

Penggunaan aktivitas internet masyarakat di Indonesia kini semakin meningkat menjadikan peluang untuk meningkatkan pemasaran. Selain itu transaksi melalui internet juga merupakan sebuah fenomena trend masa kini. Menurut laporan We Are Social, pada Januari, pada januari 2024 ada 185 juta individu penggunaan internet di Indonesia, setara 66% dari total penduduk yang berjumlah 287,7 juta jiwa. Semakin berkembangnya teknologi telah mengubah cara hidup masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari – hari. Mudahnya mengakses informasi teknologi melalui internet kini dapat membantu aktivitas perekonomian masyarakat atau ecommerce. Pengembangan teknologi setiap negara di dunia memiliki fokus berbeda – beda, salah satu pengembangan teknologi informasi yaitu mengembangkan aplikasi – aplikasi untuk bisnis. Pemanfaatan internet kini tidak lagi untuk mencari informasi tetapi bisa juga untuk perekonomian seperti transaksi jual beli (Sofian Lusa at all 2024). Sarana yang tepat untuk pemasaran bagi dunia yaitu *E-commerce*. *E-commerce* merupakan terobosan baru di dunia informasi, karena dapat memberikan suatu informasi lebih menarik, dan online setiap saat tanpa batas waktu dengan alasan semua perangkat teknologi terpenuhi (Alika, Fauziyyah et all, 2022). Dengan teknologi yang semakin maju *E-commerce* menjadi salah satu revolusi dibidang pemasaran menjadi media jual- beli dari mulai barang-barang, kebutuhan sehari, tak kercuali di bidang kuliner atau makanan dan minuman. Sehingga mucullah aplikasi sebagai penunjang jual beli makanan yaitu, shoope food, go food, dll.

Penggunaan *E-commerce* pada pelaku umkm kini mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terjadi dikarenakan ecommerce telah memperkenalkan dunia teknologi menjadi gambaran yang lebih luas, memungkinkan komunikasi yang sangat efisien antara konsumen dengan produsen melalui platform digital

untuk melakukan transaksi. Penggunaan *E-commerce* juga memberikan kemudahan kepada pelanggan, karena dengan menggunakan ecommerce pelanggan bisa mengurangi hambatan waktu dan jarak. Penerapan e commerce untuk umkm juga memberikan peran yang penting dalam penggunaan data untuk melakukan transaksi dengan teknologi, sehingga diperlukan juga pengetahuan sistem informasi akuntansi dalam penggunaan *E-commerce* untuk mengoptimalkan kinerja umkm.

Menurut Romiati dan Lestiwati (2024) Sistem informasi akuntansi merupakan sebuah sistem yang mengelola data dan mengolah data transaksi bisnis menjadi sebuah informasi, penting untuk menghasilkan informasi yang akurat dan berguna bagi pengambilan keputusan perusahaan. Sistem informasi akuntansi sangat berguna untuk mencatat, mengumpulkan, mengolah data-data dari hasil transaksi akuntansi sehingga menghasilkan informasi akuntansi dan keuangan. Sedangkan penerapan sistem informasi akuntansi pada umkm di kota semarang masih beragam, sudah ada yang menggunakan teknologi akuntansi dan belum menggunakan teknologi. SIA sendiri memiliki peran yang sangat penting bagi umkm, memungkinkan dapat membantu umkm dalam hal untuk mengidentifikasi kelemahan, kekuatan, peluang, yang dihadapi oleh umkm agar dapat memanfaatkan sumber daya dalam jangka pendek maupun panjang dengan baik (Nugraha, Arumsari, et al. 2023). Pada penelitiannya menyatakan bahwa permasalahan SIA di umkm dikarenakan kurangnya modal yang terbatas untuk mempekerjakan staff khusus keuangan serta kurangnya pelaku umkm yang paham terhadap sistem informasi akuntansi. Selain Sistem Informasi Akuntansi, *E-commerce* juga dianggap salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terhadap kinerja umkm.

Kemudian pada penelitian dewi silvia tahun (2022) dan fitrah, yulianti (2023) menunjukkan bahwa *E-commerce* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja umkm. Hal ini dikarenakan kurangnya pendampingan, pelatihan, dan konsistensi pada pelaku umkm dalam memanfaatkan *E-commerce*. Sehingga belum bisa mendapatkan dampak yang positif. Berbeda dengan penilitian

wahyuni, nugroho et all. (2021) menyatakan bahwa *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja umkm. Hal ini dikarenakan, semakin tinggi penggunaan *E-commerce* maka akan semakin meningkatkan kinerja umkm. Kemudian pada penelitian oleh Rahim (2023) menyimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja umkm. Hal ini menunjukkan penggunaan teknologi dalam pencatatan perusahaan memberikan dampak pada laba umkm yang mengalami peningkatan. Sedangkan, penelitian oleh Subagio dan Saraswati (2020) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm. Dikarenakan pelatihan yang disampaikan oleh dinas atau organisasi belum tersampaikan secara maksimal, sehingga tidak mempengaruhi kinerja. Dikarenakan hasil penelitian terdahulu tidak konsisten, oleh karena itu peniliti memiliki motivasi untuk menguji Pengaruh Penggunaan *E-Commerce*, Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Bidang Makanan Dan Minuman Di Kota Semarang

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah diatas menunjukkan adanya research gap, yaitu ditemukannya ketidak pastian mengenai pengaruh *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja umkm. *E-commerce* dalam kegunaannya dapat membantu pelaku dalam proses pelayanan dan pemasaran. Kemudian sistem informasi akuntasi membantu dalam penyelesaian masalah jangka panjang maupun pendek. Dengan demikian, rumusan masalah pada penitian ini sebagai berikut “ Bagaimana pengaruh pelaku umkm dalam pemanfaatan *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja umkm bidang makanan dan minuman di Kota semarang ?

1.3 Pernyataan penelitian

1. Bagaimana pengaruh *E-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang
2. Bagaimana pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penilitiannya yaitu untuk menguji serta menganalisis pengaruh pemanfaatan *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja umkm bidang makanan dan minuman di Kota Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian yang diperoleh ini diharapkan dapat memberi wawasan dan referensi terhadap penelitian selanjutnya. Manfaat teoritis lainnya yaitu dapat mengembangkan ilmu pengetahuan ekonomi mengenai penerapan jual beli online (*E-commerce*), sistem informasi akuntansi yang mempengaruhi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, penelitian ini dapat mengembangkan pemahaman ilmu mengenai tentang kegiatan umkm yang mungkin menjadi bekal untuk membuka peluang usaha
2. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi acuan kepada pelaku umkm terkait pentingnya *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi yang efektif dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Teori Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang ditemukan oleh davis (1989) yang merupakan sebuah perkembangan penelitian dari tahun ke tahun. Pada dasarnya, teori tam adalah perkembangan dari model Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein, Ajzen (1975). TRA merupakan sebuah teori yang sebuah perilaku yang mempunyai niat untuk melakukan kegiatan atas keinginan sendiri. TAM adalah sebuah teori yang menjelaskan perilaku individu yang memiliki pengaruh pada prnggunaan teknologi informasi.

Tam merupakan salah satu teori perilaku yang menjelaskan tentang pendekatan pemanfaatan teknologi informasi. Pada penelitian Nuriadini et all.(2022) menyatakan terdapat 5 konstruk yang digunakan penelitian tam yaitu :

1. Kemudahan penggunaan digambarkan sebagai seseorang berprinsip bahwa teknologi itu mudah digunakan (Davis, 1985). Konstruk ini mempengaruhi kegunaan, sikap, minat perilaku, dan penggunaan teknologi yang sebenarnya. Adapun indikator yang mempengaruhi konstruk ini yaitu, kemudahan memahami sistem, kemudahan mempelajari sistem, kemudahan mengontrol sistem, fleksibilitas sistem, mudah terampil menggunakan sistem, dan mudah terampil memakai sistem
2. Kegunaan digambarkan sebagai seseorang berprinsip bahwa penggunaan teknologi memaksimalkan kinerja pekerjaan (Davis, 1985). Ada enam indicator untuk menilai konstruk ini yaitu, bekerja lebih cepat, peningkatan

kinerja, peningkatan produktivitas, peningkatan efektivitas kerja, mempermudah pekerjaan dan berguna.

3. Sikap dapat digambarkan sebagai suka atau tidak sukanya niatnya seseorang untuk memakai produk tergantung emosi mereka, mau positif atau negatif seseorang harus melaksanakan tindakan yang ditetapkan.

4. Minat perilaku terhadap penggunaan, keinginan atau kemauan seseorang untuk menggunakan suatu produk layanan, atau teknologi di masa depan. Jika seseorang memiliki niat yang kuat untuk menggunakan sesuatu, maka kemungkinan besar akan benar-benar menggunakannya.

5. Penggunaan teknologi sebenarnya secara langsung dipengaruhi oleh minat perilaku, akan tetapi konsep ini berbeda dengan minat perilaku untuk menggunakan, yang hanya merupakan niat atau keinginan.

. Berdasarkan penjelasan tersebut teori tam menjadi landasan untuk menggambarkan keterkaitan atas beberapa variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini.

2.2.1 Variabel Penelitian

2.2.1 Kinerja UMKM

Menurut Haryani 2022 (dalam Yolanda. 2024) Usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki individu atau badan usaha individu atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sedangkan, usaha kecil merupakan usaha ekonomi yang mandiri, tidak berafiliasi dengan usaha menengah atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung. Usaha menengah, sementara itu juga merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiei sendiri dan tidak berafiliasi dengan usaha kecil atau besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan memenuhi kriteria usaha menengah.

Berdasarkan undang-undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6, kriteria usaha mikro kecil yaitu :

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima Puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan besar lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari sampai dengan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta) sampai paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar limaratus juta rupiah)

Sedangkan, kriteria usaha menengah sebagai berikut :

- a. Memiliki kekayaan besar lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar limaratus juta rupiah) sampai paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah)

Kinerja adalah suatu hasil oleh individu atau kelompok dalam saat menjalankan tugas dan pekerjaan pada periode waktu tertentu. Kinerja dapat dikatakan sukses jika seseorang atau organisasi mampu mencapai tujuan dengan kinerja merupakan gambaran dari tingkat pencapaian hasil atas pelaksanaan suatu kegiatan operasional. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa kinerja adalah hasil kerja yang dilakukan oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugas sesuai dengan pelaksanaan tugasnya dalam organisasi selama periode waktu tertentu dalam mengerjakannya (Hadiwijaya, Mintarsih. 2021).

Kinerja merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perkembangan UMKM, karena salah satu aspek yang berperan penting dalam kemajuan UMKM adalah kinerja (Wahyuni et al., 2021). Menurut A Iswandi (2022) Kinerja Perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan sehingga dapat diketahui baik dan buruk keadaan keuangan perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Sedangkan menurut (Kraemer et al (2002) dalam A Mahardika (2021) kinerja perusahaan dapat diukur melalui 3 hal yaitu efisiensi, koordinasi dan perdagangan(posisi pasar dan penjualan) dimana ketiga hal tersebut diharapkan dapat diperoleh dari adopsi teknologi infirmasi baru oleh perusahaan.

Dari uraian diatas kinerja merupakan tolak ukur keberhasilan seseorang atau organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan demikian, kinerja menjadi penting untuk dilakukan evaluasi secara berkala guna mengetahui sejauh mana kemajuan yang telah dicapai dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Indikator-indikator kinerja merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku usaha, karena indikator ini berperan krusial dalam membangun dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Kinerja usaha dibagi menjadi dua, yaitu kinerja keuangan dan kinerja non-keuangan.

a. kinerja keuangan

kinerja keuangan adalah gambaran tentang keberhasilan perusahaan berupa hasil yang telah dicapai berkat berbagai aktivitas yang telah dilakukan.

Kinerja keuangan dapat diukur dengan menilai :

1. pertumbuhan pasar

pertumbuhan penjualan merupakan indikator utama keberhasilan sebuah UKM. Ketika penjualan meningkat, maka pendapatan perusahaan juga akan meningkat, sehingga memungkinkan umkm untuk berkembang dan berinvestasi lebih banyak.

2. pertumbuhan modal

pertumbuhan modal merupakan salah satu indikator paling penting dalam keberhasilan sebuah usaha kecil. Ketika modal bertambah, maka peluang untuk mengembangkan bisnis, meningkatkan produksi, dan memperluas pasar semakin terbuka.

3. pertumbuhan keuntungan

pertumbuhan keuntungan umkm merupakan tujuan utama setiap pelaku usaha. Ketika keuntungan meningkat, maka UKM memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengembangkan bisnisnya, seperti memperluas produksi, meningkatkan kualitas produk, atau membuka cabang baru.

b. Kinerja non-keuangan

Kinerja non-keuangan merupakan kinerja yang memiliki efek terhadap keberhasilan suatu organisasi mulai dari operasional internal hingga hubungan dengan lingkungan eksternal. Kinerja non-keuangan dapat dengan menilai :

1. Pertumbuhan tenaga kerja

Pertumbuhan tenaga kerja merupakan indikator penting dalam mengukur perekonomian indonesia. UKM, sebagai tulang punggung perekonomian, memiliki peran yang sangat besar dalam menyeraop tenaga kerja.

2. Pertumbuhan pasar

Pertumbuhan pasar merupakan fenomena yang menarik untuk dibahas. Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan perilaku konsumen, pasar untuk produk dan jasa UMKM semakin luas. Hal ini membuka peluang besae bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya.

Penggunaan *E-commerce* telah menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan kinerja usaha, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm). penggunaan *E-commerce* di era teknologi saat ini memeng dapat meningkatkan kinerja pelaku usaha, terutana UMKM. Dengan memanfaatkan

platform digital, para pelaku usaha dengan pelanggan dapat melakukan transaksi jual beli secara lebih efisien dan cepat, ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga mempermudah proses pembelian bagi konsumen. Keterbatasan pengetahuan teknologi menjadi tantangan bagi UMKM, namun dapat diatasi dengan kemauan belajar dan memanfaatkan sumber daya yang ada, pelaku UMKM dapat mengatasi keterbatasan tersebut dan meningkatkan kinerja usahanya.

2.2.2 E-commerce

Perkembangan teknologi saat ini sangat pesat, mendorong masyarakat untuk memanfaatkannya secara optimal. Salah satunya adalah *E-commerce*, atau perdagangan elektronik yang merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, terutama melalui internet. Ini mencakup berbagai aktivitas bisnis, seperti penjualan produk, layanan, dan informasi, serta pemasaran pengiriman, dan pembayaran. Menurut Rahmawati et all.(2024) *E-commerce* adalah pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui internet, serta transfer uang dan data untuk melakukan transaksi. *E-commerce* juga merupakan suatu transaksi dagang yang dilakukan secara onlie antara pihak penyedia produk/barang (penjual) dengan pihak yang membutuhkan produk (pembeli). *E-commerce* memudahkan transaksi bagi pelaku usaha dan pelanggan, karena mengatasi kendala waktu dan jarak. Pelanggan dapat melakukan transaksi hanya dengan beberapa klik.

Electronic commerce atau *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan innformasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Banyak pelaku usaha kini menggunakan *E-commerce* untuk pemasaran dan perdagangan. Ecommerce melibatkan transaksi antara konsumen dan usaha, yang menciptakan e-purcashing dan e-marketing. Usaha mengadopsi e-purchasing dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam proses pembelian

1. Jenis-jenis *E-commerce*

Ecommerce dibedakan menjadi beberapa jenis berdasarkan karakteristiknya :

a. *Business to Business (B2B)*

B2B adalah transaksi bisnis antara dua perusahaan atau pihak yang saling mengenal dan memahami proses bisnis masing-masing. Contoh B2B termasuk dua perusahaan yang melakukan transaksi jual beli atau penyediaan barang secara online, biasanya dengan metode pembayaran seperti kartu kredit.

b. *Business to Consumer (B2C)*

B2C adalah jenis bisnis dimana pelaku bisnis menjual langsung kepada konsumen. Dalam model ini, produsen menawarkan produk mereka secara online kepada konsumen umum.

c. *Consumer to Consumer (C2C)*

C2C melibatkan transaksi langsung antara konsumen, dimana individu dapat menjual barang atau jasa kepada konsumen lain. Contohnya adalah platform marketplace seperti Tokopedia, yang menyediakan ruang bagi konsumen untuk berjualan secara online.

d. *Costumer to Business (C2B)*

C2B adalah model dimana konsumen menciptakan nilai yang kemudian dikonsumsi oleh perusahaan. Contohnya adalah situs seperti Priceline.com, yang memudahkan kemungkinan individu untuk menjual produk atau jasa kepada perusahaan, menggunakan internet sebagai sarana negosiasi.

2. Manfaat *E-commerce*

Adapun beberapa manfaat ecommerce (Irmawati 2011), yaitu :

(1) Manfaat *E-commerce* bagi organisasi, Konsumen, dan Masyarakat luas Bagi organisasi :

- a. Memperluas pasar hingga mencakup pasar nasional dan pasar global, sehingga perusahaan bisa menjangkau lebih banyak pelanggan, memilih pemasok terbaik, dan menjalin relasi dengan mitra bisnis yang dinilai paling cocok.
- b. Menekan biaya menyusun, memproses, mendistribusikan , menyimpan, dan mengakses informasi berbasis kertas.
- c. Memungkinkan perusahaan mewujudkan bisnis yang sangat terspesialisasi.
- d. Menekan biaya persediaan dan overhead dengan cara memfasilitasi manajemen rantai nilai bertipe “pull” yang prosesnya berawal dar pesanan pelanggan dan menggunakan pemanufakturan just-in-time.
- e. Menekan waktu antara pembayaran dana penerimaan produk/jasa.
- f. Meningkatkan produktivitas karyawan melalui rekayasa ulang proses bisnis.
- g. Menekan biaya telekomunikasi.

(2) Bagi Konsumen :

- a. Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi lainnya saat (7 hari 24 jam).
- b. Memberikan pilihan produk dan pemasok yang lebih kepada pelanggan.
- c. Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan produk dan jasa yang lebih murah, karena konsumen bisa berbelanja di banyak tempat dan melakukan perbandingan secara tepat.

- d. Produk yang terdigitalisasi, e-business memungkinkan pengiriman produk secara cepat dan real-time.
 - e. Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam elektronik communities dan saling bertukar gagasan dan pengalaman.
 - f. Memungkinkan pelanggan berpartisipasi dengan lelang virtual.
- (3) Bagi Masyarakat luas :
- a. Memungkinkan lebih banyak masyarakat bekerja di rumah.
 - b. Memungkinkan beberapa jenis barang dijual dengan harga murah.

2.2.3 Sistem Informasi dan Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah konsep merujuk pada penggunaan teknologi informasi dan sistem komputer. Sistem informasi akuntansi berguna untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, memelihara, mengolah data-data dalam proses transaksi akuntansi sehingga menghasilkan informasi akuntansi dan keuangan. SIA adalah alat yang sangat penting bagi setiap organisasi, terutama dalam pengelolaan keuangan. Dengan memanfaatkan SIA, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kualitas informasi keuangan.

Bagiana (2024) Sistem informasi akuntansi bagi perusahaan mempengaruhi peningkatan akurasi informasi, efisiensi, operasional, pengambilan keputusan yang lebih baik, pengelolaan dana yang lebih efisien, kepatuhan dan audit yang lebih baik, dengan dukungan untuk strategi bisnis, peningkatan pelaporan, manajemen risiko yang lebih baik, dan dukungan perencanaan serta penganggaran yang efisien.

Tujuan penyusunan sistem informasi akuntansi menurut Prastika & Purnomo (2019) berikut ini adalah :

1. Untuk menyediakan informasi bagi pengelola kegiatan usaha baru.
2. Untuk memperbaiki informasi yang sudah ada, baik mengenai mutu, ketepatan penyajian maupun struktur informasi.
3. Untuk memperbaiki pengendalian akuntansi & pengecekan intern, yaitu untuk memperbaiki tingkat kendalan (reliability) informasi akuntansi dan untuk menyediakan catatan lengkap mengenai pertanggung jawaban dan perlindungan kekayaan perusahaan.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pengaruh pemanfaatan *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM telah dilakukan sebelumnya. Berikut ini merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM

No.	Peneliti Terdahulu	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Alifyandi Firdaus, Fajar Syaiful Akbarr, 2022	Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM
2.	Savera Wahyuni, Wawan Sadtyo Nugroho, Anissa Hakim Purwantini,	Pengaruh E-commerce, Budaya Organisasi, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Literasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi tidak

	Siti noor Khikmah (2021)	Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang	berpengaruh terhadap kinerja UMKM
3.	Nurhikmah Esti Prastika, Djanuar Edi Purnomo, 2023	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekalongan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Sistem infomasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM
4.	Oniela Ramadhana Ulyasari, Duwi Agustina, Rulyanti Susi Wardhani, Athur Waga Ilhamsyah, 2023.	Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Sektor Industri	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM
5.	Dewi Silvia, Meita Sekar Sari, Nur Salma, 2022.	Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja umkm

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu***E-commerce terhadap kinerja***

No.	Peneliti Terdahulu	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Rusdi, Armani, I Made Murjana (2023)	Pengaruh Media Sosial, dan Website Terhadap Kinerja UMKM papa UMKM Tenun di Lombok Tengah	HASIL penelitian menunjukkan bahwa <i>E-commerce</i> tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM
2.	Savera Wahyuni, Wawan Sadtyo Nugroho, Annisa Hakim Purwantini, Siti Nur Khikmah (2021)	Pengaruh <i>E-commerce</i> , Budaya Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : <i>Ecommerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja umkm
3.	Sri Ayem, Putri Shalsya Bilah Nasir (2024)	Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, <i>E-commerce</i> , Insentif Pajak, dan Bantuan Stimulus Pemerintah pada Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : <i>E-commerce</i> berpengaruh negatif terhadap kinerja UMKM.

4.	Enis Setiawati, Nur Diana, M. Cholid Mawardi, 2021.	Pengaruh <i>E-commerce</i> , Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : <i>E-commerce</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM
5.	Eko Prasetyo, Farida, 2022.	Pengaruh <i>E-commerce</i> , Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Kuangan terhadap Kinerja UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : <i>E-commerce</i> tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm

2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

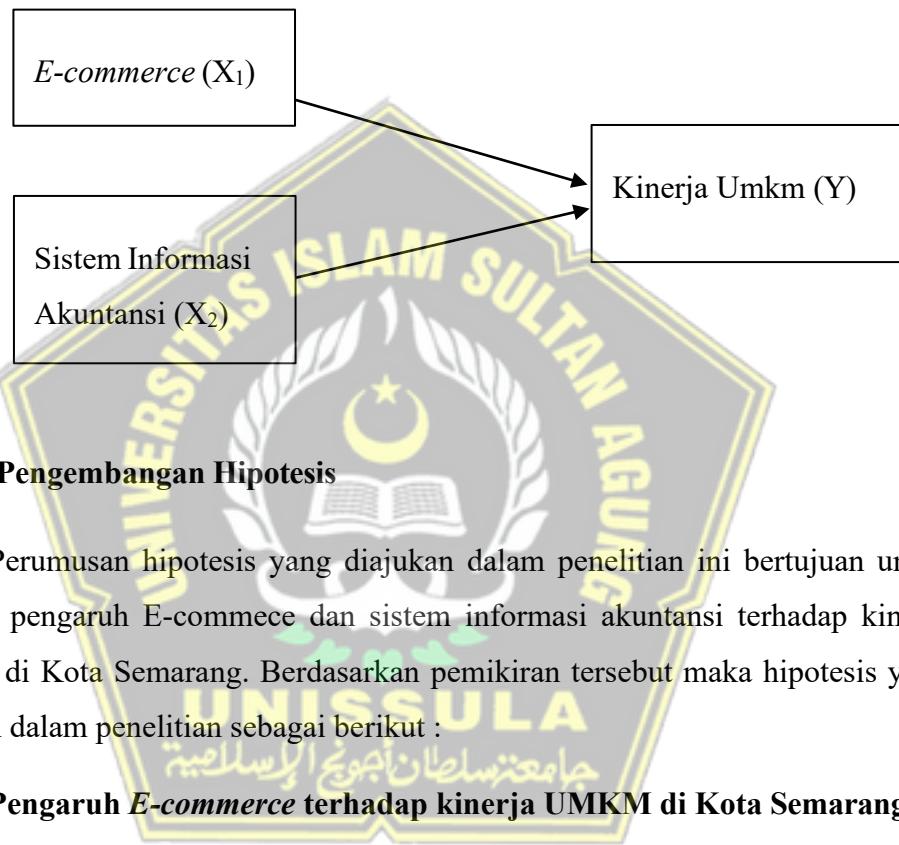
Pemahaman mengenai faktor-faktor yang mendorong keberlangsungan usaha dan kinerja pada UMKM sangat penting bagi pelaku usaha. Pelaku usaha yang tidak menguasai mengenai faktor-faktor tersebut, akan beresiko tinggi terutama untuk kelangsungan usaha. Pengetahuan mengenai perkembangan di era seperti ini memberikan dorongan bagi UMKM untuk mencapa *E-commerce*. Penawaran jika menggunakan *E-commerce* akan membantu pertumbuhan kinerja pada UMKM bila dikelola dengan baik. Pada zaman yang serba cepat dirasa cocok untuk diterapkan UMKM sebagai upaya meningkatkan kinerja usaha.

Sistem Informasi Akuntansi juga memiliki pengaruh dalam hal kinerja UMKM. Dengan menerapkan beberapa poin diantaranya pengumpulan data, pengolahan data, penyimpanan data, serta pengetahuan dasar atas keuangan untuk mencapai tujuan keuangan usaha. Beberapa hal itu yang menjadi perhatian dalam

melaksanakan Usaha Kecil Menengah Mikro agar output yang dihasilkan dapat lebih baik dan menunjang kinerja UMKM.

Berdasarkan uraian diatas dapat digambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



2.4.2 Pengembangan Hipotesis

Perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh E-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Berdasarkan pemikiran tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian sebagai berikut :

2.4.2.1 Pengaruh *E-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang

E-commerce atau *Electronic Commerce* merupakan proses pembelian, penjualan, pertukaran produk dan jasa, dan, informasi, melalui jaringan internet. Penggunaan teknologi *E-commerce* akan membantu pelaku usaha sekaligus pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli (Karyati, 2019). Penggunaan *E-commerce* memberikan kemudahan bagi pelanggan karena dengan menggunakan *E-commerce*, pelanggan tidak akan mengalami kendala mengenai waktu dan jarak. Transaksi jual beli akan lebih cepat karena dilakukan secara online dan hanya membutuhkan beberapa klik saja untuk memilih barang yang kita mau.

Sehingga dengan memanfaatkan *E-commerce* dengan baik akan mempengaruhi kinerja UMKM.

Proses perniagaan yang bisa dilakukan secara langsung (luring), kini telah banyak beralih menjadi perniagaan dalam bentuk online (daring) dengan perantara teknologi. Dengan perubahan teknologi yang disarankan oleh Masyarakat dihampir seluruh dunia, maka tidak heran *E-commerce* akan menjadi suatu alat yang dapat membantu dalam dunia ekonomi. Dengan kata lain, tidak menutup kemungkinan memanfaatkan *E-commerce* dalam kinerja UMKM. Hal ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (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 menggunakan sistem tersebut (Nurdiansyah et al., 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Setiawati et al, 2021) menjelaskan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara *E-commerce* terhadap kinerja UMKM, karena *E-commerce* membantu bisnis untuk mengevaluasi kinerja secara menyeluruh dalam hal penjualan, pemasaran, pembelian dan penggunaan teknologi elektronik. Dengan memperhatikan hal itu, pemilik *E-commerce* dapat melakukan perbaikan strategi untuk meningkatkan pengalaman pengguna, mengoptimalkan pemasaran, dan akhirnya meningkatkan penjualan. Begitu pula dengan penelitian (Wahyuni et al., 2021) menjelaskan bahwa semakin tinggi penggunaan teknologi seperti *E-commerce* maka semakin meningkatkan kinerja UMKM.

Dapat disimpulkan berdasarkan penelitian tersebut, bahwa hipotesis alternatif sebagai berikut :

$$H_1 : E-commerce \text{ berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM}$$

2.4.2.2 Penngaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang

Pelaku UMKM sebagai penggerak perekonomian yang diharapkan mampu bertahan dengan jangka panjang jika mampu menghasilkan kinerja yang baik.

Mengenai sistem informasi akuntansi, para pelaku didorong untuk mampu memanfaatkan sistem informasi akuntansi dengan baik. Keberhasilan sistem informasi akuntansi pada suatu organisasi atau perusahaan tergantung dengan bagaimana sistem informasi akuntansi dijalankan. Dengan penggunaan sistem informasi akuntansi, pelaku usaha dapat mengidentifikasi dan memprediksi permasalahan yang mungkin timbul kemudian hari, kemudian mengambil tindakan koreksi tepat waktu, mengetahui kondisi usahanya (apakah terjadi kemajuan atau emunduran), dapat mengambil keputusan bisnis dengan tepat, dapat memahami makna laba atau rugi yang diperboleh, kemudian dapat melakukan evaluasi kinerja sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM.

Pada Penelitian (Prastikan & Purnomo, 2023) menjelaskan bahwa adanya pengaruh signifikan antara sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM, karena sistem informasi akuntansi dapat membantu memperbaiki produk atau jasa dengan meningkatkan kualitas, mengurangi biaya atau menambah atribut yang di inginkan konsumen UMKM, dapat meningkatkan efisiensi, memperbaiki informasi yang tepat waktu dan dapat dipercaya untuk memperbaiki pembuatan keputusan, dapat memperbaiki komunikasi. Begitu pula dengan penelitian (Meilisa, Amalia, 2023) menjelaskan bahwa sistem informasi akuntansi memungkinkan UMKM untuk membuat keputusan yang lebih tepat, mengalokasikan sumber daya secara efektif, dan merampingkan proses keuangan.

Dapat disimpulkan berdasarkan penelitian tersebut, bahwa hipotesis alternatif sebagai berikut :

H_2 : sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis Explanatory research. Explanatory research adalah metode penelitian dengan tujuan menjelaskan kedudukan variable-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variable satu dengan variable lain melalui hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiono, 2018). Metode penelitian explanatory research dalam penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variable bebas dan terikat yang ada dalam hipotesis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2018). Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

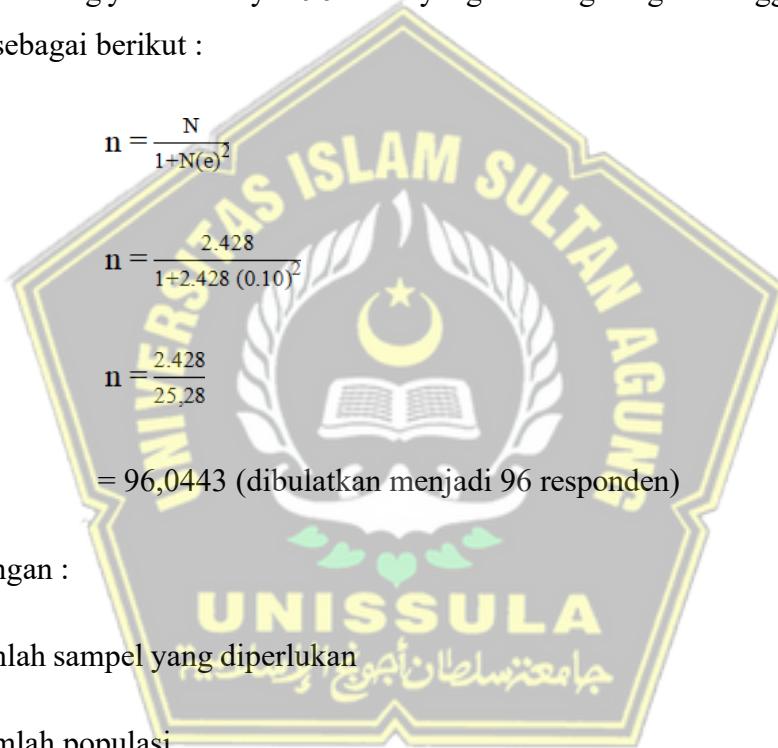
3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di sentra makanan dan minuman Kota Semarang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah berdasarkan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu convenience sampling. Convenience sampling merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara memilih sampel secara bebas oleh peneliti (Sugiono, 2018). Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha makanan dan minuman yang tersebar di berbagai wilayah di Kota Semarang yaitu sebanyak 96 usaha yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :



$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.428}{1+2.428 (0.10)^2}$$

$$n = \frac{2.428}{25,28}$$

$$= 96,0443 \text{ (dibulatkan menjadi 96 responden)}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10%

menurut rumus slovin batas pengambilan sampel sebanyak 96 responden. Untuk penelitian ini. Dibagikan sampel kepada 125 responden sebagai bentuk preventif apabila terjadi kesalahan dalam pengisian kuesioner pada responden. Kuesioner akan dibagikan di berbagai kelurahan pada kecamatan Genuk dan Pedurungan karena wilayah tersebut banyak tersebar UMKM sektor makanan dan minuman.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung. Data tersebut berasal dari jawaban atas kuesioner yang telah disebarluaskan kepada responden. Sumber data pada penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah pada sentra industri makanan dan minuman yang ada di Kota Semarang.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey lapangan dengan menyebarluaskan kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan. Kuesioner diberikan kepada sejumlah responden yang potensial yaitu para pelaku UMKM pada sentra makanan dan minuman yang ada di Kota Semarang sebesar 125 responden. Kuesioner berisi pertanyaan terkait informasi *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.

Pengukuran dalam penelitian ini mengukur opini responden menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial yang terdiri dari 5 pengukuran sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju (STS) skor yang diperoleh 1

Tidak Setuju (TS) skor yang diperoleh 2

Netral (N) skor yang diperoleh 3

Setuju (S) skor yang diperoleh 4

Sangat Setuju (SS) skor yang diperoleh 5

3.5 Variabel, Definisi Operasional, dan Indikator

3.5.1 Variabel

1. Variabel Independen (Y)

Variabel dependen (terkait) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variable independent atau variable bebas. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah kinerja UMKM di Kota Semarang.

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variabel bebas adalah variable yang mempengaruhi variable dependen (terkait), dimana variable independen dapat berpengaruh positif atau negative terhadap variable dependen. Pada penelitian ini variable independen yang digunakan yaitu *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi.

3.5.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.5.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen (terkait) adalah variable yang dipengaruhi oleh variable independent atau variable bebas. Besarnya Tingkat perubahan pada variable dependen tergantung dari besaran variable independent. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah kinerja UMKM di Kota Semarang.

Kinerja merupakan gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara maksimal untuk mencapai tujuan perusahaan. Kuesioner yang digunakan mengacu pada Wahyuni et al, (2021) dengan dimodifikasi.

3.5.2.2 Variabel Independen

Variabel independen (bebas) yaitu variabel yang mana memiliki kemampuan mempengaruhi. Variabel independent dalam penelitian ini adalah *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi.

Tabel 3.1 Indikator Pengukuran Variabel

Variabel penelitian	Definisi variable	Indikator	Sekala pengukuran
Kinerja UMKM (Y)	<p>Kinerja UMKM merupakan kecakapan perusahaan diwaktu tertentu. Semakin tinggi tingkat kinerja perusahaan maka semakin berjaya dalam menggunakan strategi yang dibuat perusahaan tersebut. Kinerja bisnis melihat sejauh mana perusahaan dalam meningkatkan pendapatnya relatif terhadap total pendapatan totalnya.</p>	<p>1. Laba bersih. 2. Total modal.</p> <p>Wahyuni et al., (2021)</p>	Skala likert 1-5
<i>E-commerce</i>	<p><i>E-commerce</i> yakni pergantian informasi pada jaringan internet tiap rantai pasokan baik dari organisasi, antar perusahaan, dan konsumen. <i>E-commerce</i> memiliki beberapa fungsi yaitu dapat meningkatkan kinerja, profitabilitas, pangsa pasar, konsumen, serta pengiriman produk.</p>	<p>1. Pemasaran 2. Penjualan 3. Pembayaran 4. Penggunaan bank sebagai alat pembayaran.</p> <p>Indahsari et al., (2023).</p>	Skala likert 1-5
Sistem	SIA adalah komponen dari	1. Penggunaan	Skala likert

informasi akuntansi	<p>organisasi berupa pengumpulan, pengolahan, pengolongan, analisa, dan dikomunikasikannya informasi keuangan sebagai pengambilan keputusan pihak dalam serta pihak luar.</p>	<p>informasi operasi.</p> <p>2. Penggunaan informasi keuangan.</p> <p>3. Penggunaan informasi perpajakan.</p> <p>Indahsari et al., (2023)</p>	1-5
---------------------	---	---	-----

3.6.1 Teknik Aanalis

Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan uji kualitas data dan diolah menggunakan SPSS versi 25.

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau menganalisis objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Penjelasan kelompok melalui minimal, maksimal, median, rata-rata dan standar deviasi (Sugiyono, 2018).

3.6.2 Uji Kualitas Data

3.6.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas adata digunakan untuk menilasi apakah suatu kuesioner adalah sah atau valid. Sebuah instrumen atau kesuioner dikatakan valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya mampu secara akurat mewakili apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018). Uji signifikan dilakukan

dengan membandingkan nilai koefisien korelasi yang dihitung (r hitung) dengan nilai koefisien korelasi tabel (r tabel). apabila r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid. Sedangkan jika r hitung \leq r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Rehabilitas

Uji rehabilitas adalah alat ukur untuk mengukur seberapa jauh kestabilan antara hasil pengamatan yang dilakukan didalam kuesioner pada waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil atau konsekuensi dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji rehabilitas yang digunakan uji statistic pada penelitian ini menggunakan alat uji IMB SPSS 25. Sesuai dengan pedoman pengambilan keputusan yang dilakukan oleh Ghozali (2018), jika nilai koefisien Cronbach Alpha $> 0,70$, maka pernyataan dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai atau konstruk dan variabel dianggap memiliki rehabilitas yang tinggi. Sebaliknya, jika nilai koefisien Conbarch Alpha $< 0,70$, maka pernyataan tersebut dianggap tidak memiliki keandalan yang cukup.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas adat model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2018). Salah satu cara melihat normalitas distribusi data adalah menggunakan uji statistik non parametric Kolmogrov-Smirnov (K-S). jika pada table menunjukkan nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hal ini berarti bahwa data tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05, maka hal ini berarti data tersebut tidak terdistribusi normal,

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah korelasi yang signifikan antara variabel bebas (independen) dalam model regresi. Jika terdapat

korelasi yang kuat di antara variabel independen, maka variabel tersebut tidak memiliki independensi yang tinggi. Variabel independen dikatakan orthogonal ketika tidak ada korelasi yang signifikan antara satu sama lain (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu sebagai berikut :

Jika nilai tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah keadaan dimana dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam kasus heteroskedastisitas, variansi residual tidak konstan dan bisa berubah dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang diinginkan adalah yang memiliki homoskedastisitas, yaitu kondisi dimana variansi residual konstan di seluruh pengamatan. Kebanyakan data cross-section menghadapi situasi heteroskedastisitas karena mencakup berbagai skala ukuran (kecil, sedang, besar). (Ghozali, 2018).

Untuk mendekripsi adanya heteroskedastisitas, salah satu caranya adalah dengan memeriksa garis plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) – ZPRED – dengan residual – SRESID -. Dalam grafik ini, sumbu Y mewakili nilai prediksi (Y yang diprediksi), sedangkan sumbu X mewakili residual (perbedaan antara nilai prediksi Y dan nilai Sesungguhnya Y, yang telah di normalisasi). Pendekatan untuk menganalisis hal ini adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak adanya heteroskedastisitas
- Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka terdapat heteroskedastisitas

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengujian untuk mengetahui hubungan dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Fitri & Firzatullah, 2020). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu *E-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM. Untuk pengujian tersebut diperlukan software SPSS. Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	= Kinerja UMKM
α	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien regresi X1, X2
X1	= <i>E-commerce</i>
X2	= Sistem informasi akuntansi
ε	= Standart error

3.6.5 Uji Kebaikan Model

3.6.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F digunakan untuk melakukan pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Hipotesis yang hendak diuji sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesisnya

$H_0 : \beta_1 = \text{variabel } E-commerce \text{ secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variable independent}$

2. Menentukan Tingkat signifikan

Mnggunakan signifikan level 0,05 atau $a = 5\%$

3. Kriteria Keputusan :

- Apabila nilai signifikansi <0.05 , maka H_0 akan ditolak atau H_2 diterima, artinya semua variabel imdependen secara simultan berpengaruh terhadap variable dependen.
- Apabila nilai signifikansi > 0.05 , maka H_2 akan diterima atau H_0 ditolak, artinya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable dependen.

3.6.5.2 Uji Koefensi Determinasi (R^2)

Uji Koefensi Determinasi R^2 memiliki tujuan untuk mengukur seberapa besar kontirbusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefensi determinasi adalah nol dan satu. Nilai yang mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memvberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk mengukur variasi variabel independen. Sedangkan nilai koefensi determinasi yang kecil mengindikasikan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan sangat terbatas (Ghozali, 2018).

3.6.6 Pengujian Hippotesis

3.6.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t-test digunakan untuk mennguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual (parsial) dalam menerangkan variabel independen (Ghozali, 2018).

1. Perumusan Hipotesis

- a. $H_0 : \beta_1 \leq 0$, artinya *E-commerce* tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

$H_a : \beta_1 > 0$, artinya *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

- b. $H_0 : \beta_2 \leq 0$, artinya sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

$H_a : \beta_2 > 0$, artinya sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

2. Menentukan Tingkat signifikan (α) yaitu sebesar 0,05
3. Menentukan kriteria penerimaan / penolakan H_0 . Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian / Responden

Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh penggunaan *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah UMKM di Kota Semarang khususnya UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman. Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh penggunaan *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM.

Adapun jumlah pertanyaan pada kuisioner dengan rincian yaitu *e-commerce* 6 butir pertanyaan, sistem informasi akuntansi 6 butir pertanyaan, dan kinerja umkm 5 pertanyaan. Adapun hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan diperoleh data dengan jumlah yang dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.1

Hasil Penyebaran Kuisioner

Keterangan	Jumlah	Presentase
Kuisioner yang dikirim	97	100%
Kuisioner yang diterima	97	100%
Kuisioner yang tidak diterima	0	0%
Kuisioner yang digunakan	97	100%

Sumber : Data Primer diolah (2025)

Berfarsarkan pada table 4.1 penyebaran dalam pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini sebanyak 97 kuisioner, dan 0 kuisioner yang tidak diterima serta telah digunakan sebanyak 97 oleh peneliti atas hasil tersebut maka dapat dipresentasikan sebesar 100% penyebaran kuisioner yang telah diterima dan digunakan.

4.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	58	59.8	59.8	59.8
	Perempuan	39	40.2	40.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.2 dengan jumlah sebanyak 91 responden yang menunjukkan bahwa jumlah responde laki laki sebesar 58 dan responden perempuan sebesar 39. atas hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha UMKM di Kota Semarang lebih banyak laki-laki dibanding perempuan.

4.1.2 Karakteristik Usia

Tabel 4.3
Pengujian Karakteristik Usia

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	10	10.3	10.3	10.3
	30-40 Tahun	24	24.7	24.7	35.1
	40-50 Tahun	35	36.1	36.1	71.1
	>50 Tahun	28	28.9	28.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Hasil pada table 4.3 terdapat 97 responden yang terlibat dalam penelitian ini. Kelompok usia 40 hingga 50 tahun memiliki jumlah responden terbanyak, yaitu 35 responden. Kelompok usia 20-30 tahun adalah yang terkecil, dengan 10 responden, sedangkan usia 30 hingga 40 tahun dan di atas 50 tahun masing-masing memiliki 24 responden dan 28 responden.

4.1.3 Karakteristik Lama Usaha

Tabel 4.4
Pengujian Karakteristik Lama Usaha

Lama Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
%%Valid	<1 Tahun	34	35.1	35.1	35.1
	1-10 Tahun	46	47.4	47.4	82.5

>10 Tahun	17	17.5	17.5	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada table 4.4 terdapat 97 koresponden pelaku UMKM di Kota Semarang. Responden yang paling banyak Adalah mereka yang telah menjalankan usaha selama 1 hingga 10 tahun, dengan jumlah 46 responden. Diikuti dengan koresponden dengan lama usaha kurang dari 1 tahun sebanyak 34 Orang. Sementara itu, responden dengan lama usaha paling sedikit adalah mereka yang sudah menjalankan usaha lebih dari 10 tahun, dengan jumlah 17 responden.

4.1.4 Karakteristik Jenjang Pendidikan

Tabel 4.5

Pengujian Karakteristik Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S2	5	5.2	5.2	5.2
	S1	24	24.7	24.7	29.9
	SLTA	45	46.4	46.4	76.3
	Lainnya	23	23.7	23.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan data pada table 4.5 terdapat 97 responden menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan Sekolah Lanjut Tingkat Atas (SLTA), yaitu sebanyak 45 responden, kemudian S1 sebanyak 24

responden, dan lainnya yang berjumlah 23 responden, serta yang paling sedikit pada jenjang S2 sebanyak 5 responden.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan agar dapat mesastikan sejauh mana ketepatan dalam mengukur apa yang harus diukur kuisioner pada penelitian ini. Dalam melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS yang menunjukkan berikut ini :

Tabel 4.6

Uji Validitas Penggunaan E-Commerce

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.461 **	.361 **	.335 **	.713 **	.796 **
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.461 **	1	.461 **	.380 **	.583 **	.795 **
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.361 **	.461 **	1	.529 **	.359 **	.652 **
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001

	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.335**	.380**	.529**	1	.370**	.608**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.713**	.583**	.359**	.370**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97
Penggunaan E-commerce	Pearson Correlation	.796**	.795**	.652**	.608**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan teknik *pearson correlation* dengan membandingkan nilai *pearson correlation* dengan r tabel. Berdasarkan tabel r, nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,199. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 5 pertanyaan kuisioner variabel penggunaan *e-commerce* memiliki nilai diatas 0,199. Sehingga atas hasil tersebut semua pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Penggunaan Sitem Informasi Akuntansi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.670**	.569**	.525**	.576**	.612**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.670**	1	.735**	.667**	.696**	.692**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.569**	.735**	1	.690**	.604**	.669**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.525**	.667**	.690**	1	.642**	.767**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.576**	.696**	.604**	.642**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.612**	.692**	.669**	.767**	.679**	1

	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97
Penggunaan SIA	Pearson Correlation	.824**	.898**	.832**	.821**	.818**	.848**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan teknik *pearson correlation* dengan membandingkan nilai *pearson correlation* dengan r tabel. Berdasarkan tabel r, nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,199. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 5 pertanyaan kuisioner variabel penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki nilai diatas 0,199. Sehingga atas hasil tersebut semua pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Kinerja UMKM

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.507**	.590**	.584**	.619**	.783**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	96	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.507**	1	.603**	.596**	.654**	.802**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	96	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.590**	.603**	1	.591**	.660**	.865**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001

	N	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.584**	.596**	.591**	1	.599**	.810**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	96	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.619**	.654**	.660**	.599**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	96	97	97	97
Kinerja	Pearson Correlation	.783**	.802**	.865**	.810**	.844**	1
UMKM	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	96	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan teknik *pearson correlation* dengan membandingkan nilai *pearson correlatin* dengan r tabel. Berdasarkan tabel r, nilai r tabel pada penelitian ini sebesar 0,199. Tabel 4.6 menunjukkan bahwa 5 pertanyaan kuisioner variabel kinerja UKMM memiliki nilai diatas 0,199. Sehingga atas hasil tersebut semua pertanyaan dinyatakan valid.

4.2.2 Uji Rehabilitas

Pengujian rehabilitas menunjukkan pemahaman untuk mengetahui seberapa konsisten dan stabil suatu instrumen tersebut dapat dipercaya atau reliable jika nilai Crobach Alpha lebih besar dari nilai minimum Cronbach Alpha sebesar 0,6 atau Cronbach Alpha $>0,6$. Hasil pengujian reabilitas disajikan pada tabel-tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Uji Reabilitas E-Commerce

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Hasil pada tabel 4,9 nilai Cronbach's Alpha *e-commerce* secara total menunjukkan sebesar 0,769. Atas hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih dari minimum Cronbach's Alpha sebesar 0,6. Maka kuisioner e-commerce secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.10
Uji Reabilitas Sistem Informasi Akuntansi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Sedangkan hasil pada tabel 4,10 variabel sistem informasi akuntansi menunjukkan nilai dari Cronbach's Alpha sebesar 0,898. Atas hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha lebih dari minimum Cronbach's Alpha sebesar 0,6. Maka kuisioner sistem informasi akuntansi dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.11
Uji Reabilitas Kinerja UMKM

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.874	5

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pada tabel 4.11 variabel kinerja UMKM memiliki nilai sebesar 0,874 dimana nilai lebih dari minimum Cronbach's Alpha sebesar 0,6. Sehingga dapat diartikan bahwa kinerja UMKM dapat dikatakan reliabel.

4.2.3 Uji Analisis Deskriptif

Uji analisis deskriptif dilakukan untuk merangkum data dari responden yang telah dikumpulkan dalam bentuk mean, dan median.

Tabel 4.12
Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-commerce	97	8.00	25.00	20.6392	3.74217
Sistem Informasi Akuntansi	97	13.00	30.00	25.2062	4.25475
Kinerja UMKM	97	10.00	25.00	21.3299	3.45423
Valid N (listwise)	97				

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif diatas maka dapat diketahui sebagai berikut :

- 1). Variabel E-commerce dari data tersebut menunjukkan bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai maksimum sebesar 25. Nilai rata-rata harga 20,6392 dan standart deviasi 3.74217
- 2). Variabel Sistem Informasi Akuntansi dari data tersebut menunjukkan bahwa nilai minimum 13 sedangkan nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata sistem informasi akuntansi 25,2062 dan standart deviasi 4,25475.
- 3). Variabel Kinerja UMKM dari data tersebut menunjukkan bahwa nilai minimum 10, sedangkan nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata kinerja UMKM 21,3299 dan standart deviasi 3,45423

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian yang dihasilkan bersifat valid dan tidak menyimpang, sehingga kesimpulan dari hasil analisis dapat dipercaya. Pada uji asumsi klasik sendiri terdapat 3 pengujian, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas. Hasil pengujian asumsi klasik sebagai berikut :

4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sendiri digunakan untuk memastikan pengujian variabel regresi terdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.13
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97
Normal	Mean

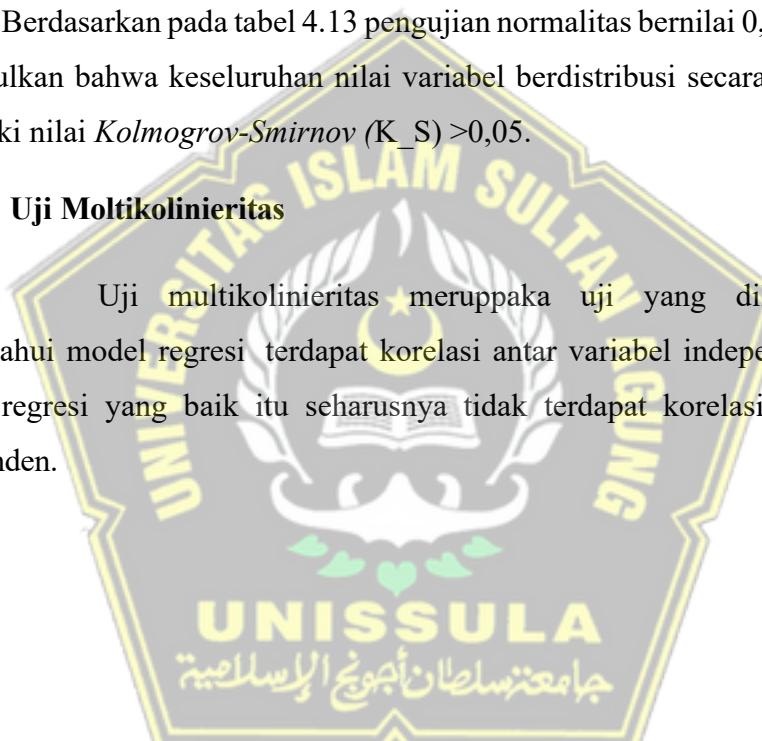
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.38416272
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.047
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.13 pengujian normalitas bernilai 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan nilai variabel berdistribusi secara normal karena memiliki nilai *Kolmogrov-Smirnov* (*K_S*) >0,05.

4.2.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui model regresi terdapat korelasi antar variabel independen, sehingga model regresi yang baik itu seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen.



Tabel 4.14
Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	2.867	.858		3.343	.001			
E-commerce	.411	.103	.446	4.005	<.001	.138	7.252	
Sistem Informasi Akuntansi	.396	.090	.487	4.378	<.001	.138	7.252	

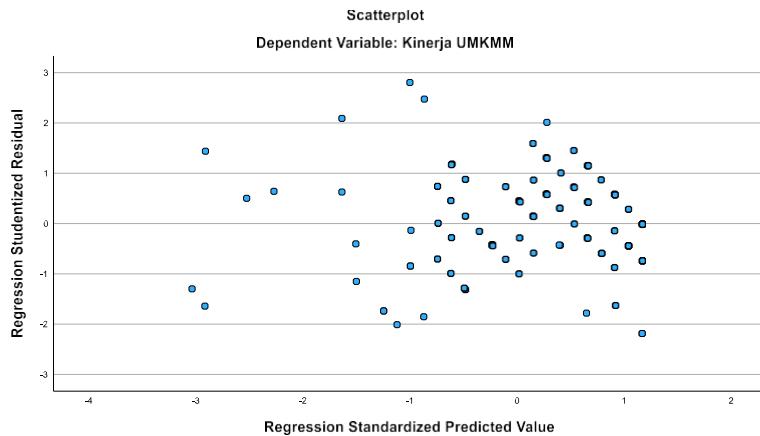
Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel e-commerce dan sistem informasi akkuntansi adalah 7,252 tidak lebih dari 10 dan memiliki nilai *tolerance* 0,138 tidak dibawah 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolonieritas.

4.2.4.3 Uji Heteroskedasitisitas

Uji heterokedasitisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variance residual dari satu amatan ke amatan yang lain.

Gambar 4.1
Uji Heteroskedasitisitas



Berdasarkan pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa penelitian ini tidak terjadi Heteroskedasitas dikarenakan menurut uji heterokedasitas tidak terjadi jika gambar tidak memiliki pola yang jelas pada scatterplot dan titik-titik menyebar diatas dibawah angka 0 pada sumbu Y.

4.2.5 Analisis Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM. Hasil dari uji regresi linier berganda sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Analisis Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.867	.858		3.343	.001
	E-commerce	.411	.103	.446	4.005	<.001
	Sistem informasi	.396	.090	.487	4.378	<.001

	Akuntansi					
--	-----------	--	--	--	--	--

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil pengujian data pada tabel 4.15 pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = a + B1.X1 + B2.X2 + e$$

$$= 2,867 + 0,411 + 0,369 + e$$

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan :

- a. Nilai a sebesar 2,867 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kinerja UMKM belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu variabel e-commerce dan sistem informasi akuntansi. Hal ini berarti jika semua variabel independen dianggap konstanta maka kinerja UMKM dianggap tetap.
- b. Nilai koefisien regresi B1 sebesar 0,411, menunjukkan bahwa variabel e-commerce mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel e-commerce maka akan mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 0,411.
- c. Nilai koefisien regresi B2 sebesar 0,396, menunjukkan bahwa variabel sistem informasi akuntansi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel sistem informasi akuntansi maka akan mempengaruhi loyalitas konsumen sebesar 0,396.

4.2.6 Uji Kelayakan Model

4.2.6.1 Uji F

Uji simultan F menunjukkan untuk mengetahui bahwa variabel independen (bebas) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terkait).

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	961.516	2	480.758	245.702	<.001 ^b
	Residual	183.927	94	1.957		
	Total	1145.443	96			

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai F hitung $245,702 >$ nilai t tabel $2,701$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM secara signifikan.

4.2.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	.839	.836	1.39881

Berdasarkan tabel 4.17 dipengaruhi nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,839 yang menunjukkan bahwa 83,9%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel e-commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM sebesar 0,839 (83,9%).

4.2.7 Pengujian Hipotesis

Pengujian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh E-commerce dan sistem informasi akuntansi. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Pengujian Hipotesis E-Commerce

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	B	Std. Error		
1 (Constant)	4.219	.873		4.831	<.001
E-commerce	.829	.042	.898	19.910	<.001

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Sesuai dengan tabel 4.18 yaitu hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi perpengaruh e-commerce terhadap kinerja UMKM adalah $0,001 < 0,05$ dana nilai t hitung $19,910 >$ nilai t tabel $1,985$, maka H_0 ditolak H^a diterima. Artinya, terdapat pengaruh e-commerce terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Hipotesis SIA

Model	Unstandardized Coefficients		Koefisien Standar	Nilai t	Sig.
	B	Std. Error			
1 Konstan	2.889	.923		3.131	.002
Sistem Informasi Akuntansi	.732	.036	.901	20.258	<.001

Sumber : Output SPSS 25, 2025

Sesuai dengan tabel 4.19 yaitu hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi perpengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM adalah $0,001 < 0,05$ dana nilai t hitung $20,258 >$ nilai t tabel $1,985$, maka H_0 ditolak H^a diterima. Artinya, terdapat pengaruh sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh E-commerce terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa E-commerce berpengaruh positif signigikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dapat dilihat pada pengujian uji t dan uji f yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ maka secara signifikan e- commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penggunaan e-commerce diperlukan oleh pelaku UMKM guna mencapai tujuannya seperti meningkatkan kinerja yang dimiliki.

Penelitian ini sesuai dengan teori divusi inovasi karena dengan melihat adanya sebuah inovasi dibidang ekonomi, terutama dalam hal penggalasan yaitu e-commerce yang akan membantu kinerja UMKM dengan memanfaatkan inovasi penjualan dengan teknologi yang ada. Oleh karena itu, penggunaan e-commerce bukan menjadi pilihan, melainkan sebuah keharusan bagi UMKM untuk dapat bertahan dan bersaing di era digital. Keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan fitur-fitur yang di sediakan platform digital terbukti mampu menciptakan

pertumbuhan penjualan dan efisiensi yang signifikan, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan kinerja UMKM secara keseluruhan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Wahyuni et all.(2021) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Pada penelitian yang dilakukan Wahyuni et al (2021) dinyatakan bahwa e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Pada penelitian Wahyuni et al (2021), yang berlokasi di Kota Magelang memiliki pola yang sama dengan penelitian yang ada di Kota Semarang. Pola tersebut diambil dari pelaku UMKM dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk usahanya. Selain itu, memberikan fleksibilitas dalam produksi dikarenakan mampu memberikan informasi pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan, mengirim, dan menerima penawaran lebih cepat, serta dapat mendukung pembayaran secara online atau elektronik.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan D Silvia et al. (2022) yang menyatakan bahwa e-commerce berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan kurangnya pendampingan dan pelatihan serta konsistensi dalam pemanfaatan e-commerce menjadikannya penyebab belum memaksimalkan peran e-commerce. Dan pada penelitian yang dilakukan Banowaty (2021) di Kota Malang, disebutkan bahwa tidak semua pelanggan memahami menggunakan produk-produk digital, termasuk e-commerce. Pengaruh e-commerce negatif terhadap kinerja terjadi dikarenakan kurangnya pemahaman antara pelanggan maupun pelaku usaha, sehingga tidak dapat mengikuti pasar e-commerce menjadikannya hubungan timbal balik dalam proses jual beli tidak dapat berlangsung dengan baik.

4.3.2 Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa E-commerce berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini dapat dilihat pada pengujian

uji t dan uji f yang memiliki nilai signifikan $< 0,05$ maka secara signifikan e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Penggunaan e-commerce diperlukan oleh pelaku UMKM guna mencapai tujuannya seperti meningkatkan kinerja yang dimiliki. Ini artinya, dalam penggunaan sistem informasi akuntansi seperti adopsi software akuntansi, pencatatan transaksi yang lebih trapi, dan pelaporan keuangan yang akurat, akan berkorelasi dengan hasil kinerja yang lebih baik, seperti peningkatan penjualan, laba, atau efisiensi biaya. Oleh sebab itu sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM dapat mempermudah pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori TAM sebagai landasan teori yang digunakan, yaitu pelaku UMKM menggunakan SIA untuk mencatat setiap transaksi secara akurat. Hal ini mengurangi adanya untuk memanipulasi data keuangan, seperti mencampurkan dana pribadi dengan bisnis atau menyembunyikan pendapatan. Dengan demikian, penggunaan SIA secara langsung mempromosikan perilaku yang lebih etis dan transparan dalam pelaporan keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Prastika, Purnomo. (2022) yang mendapat hasil bahwa sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Prastika, Purnomo. (2022) menyatakan, bahwa sebagian besar UMKM telah memahami cara pencatatan pendapatan dan pengeluaran, namun masih ada beberapa UMKM yang menyatakan bahwa pemahaman mengenai pendapatan dan pengeluaran kas belum maksimal. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan Wahyuni et al.(2021) yang mendapat hasil sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Wahyuni et al.(2021) menyatakan, bahwa masih banyak pelaku UMKM yang tidak mengerti dalam menggunakan software akuntansi guna untuk melakukan pencatatan pengelolaan keuangan usaha.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh E-Commerce dan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja UMKM di bidang makanan dan minuman di Kota Semarang. Berdasarkan analisis data yang telah dikumpulkan sebanyak 97 sampel dengan menaggunkan analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. E-Commerce berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Hal inni membuktikan bahwa semakin intensif UMKM memanfaatkan platform e-commerce untuk pemasaran dan penjualan, semakin tinggi pula kinerja bisnis mereka. Manfaat ini terutama terlihat dari perluasan pasar yang tidak terbatas ruang dan waktu, penurunan biaya promosi, dan peningkatan volume penjualan yang signifikan.
2. Sistem informasi akuntansi berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Semarang. Pengaruh ini terjadi karena SIA membantu UMKM mengelola data keuangan yang rapi dan real-time, pemilik UMKM dapat mengambil keputusan bisni yang lebih strategis, mengelola arus kas dengan lebih baik, dan meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan.

5.2 Implikasi

Temuan menunjukkan bahwa e-commerce dan sistem informasi akuntansi secara langsung meningkatkan kinerja UMKM di Kota Semarang. Hal ini terjadi karena ecommerce tidak lagi terkait batasan geografis, melainkan mampu menjangkau konsumen dari berbagai wilayah, yag pada akhirnya meningkatkan volume penjualan, omset, dan profitabilitas. Kenaikan kinerja ini juga didukung sistem

informasi akuntansi membantu UMKM mengelola data keuangan secara sistematis, akurat dan real-time. Dengan adanya laporan keuangan yang rapi, pemilik UMKM dapat membuat keputusan bisnis yang lebih strategis, seperti menentukan harga jual yang tepat, mengendalikan biaya operasional, dan mengelola arus kas. Perpaduan ini memungkinkan UMKM untuk memiliki pasar yang luas sekaligus kontrol internal yang ketat, menciptakan fondasi kokoh untuk pertumbuhan keberlanjutan. Oleh karena itu, bagi UMKM investasi pada teknologi digital ini bukanlah biaya, melainkan strategi kunci yang menjanjikan keuntungan jangka panjang.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian yang membutuhkan pengembangan dalam penelitian selanjutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian berikut ini :

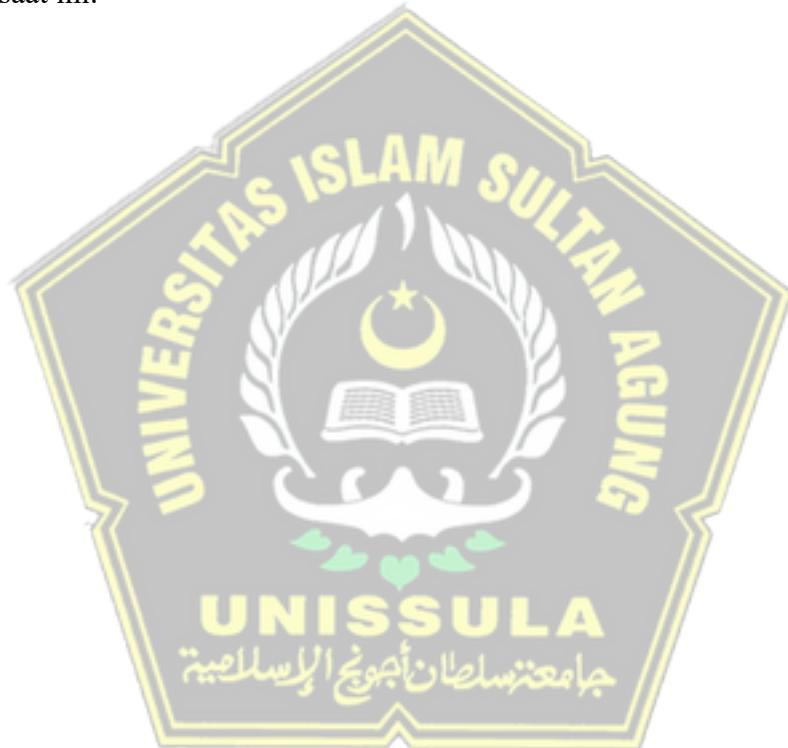
1. Penelitian dikumpulkan melalui kuisioner yang mengandalkan jawaban subjektif dari responden. Data yang dikumpulkan bergantung pada kejujuran dan pemahaman responden. Hal ini berpotensi menimbulkan bias, dimana responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap baik.
2. Peneliti ini hanya berfokus pada dua (2) variabel independen, yaitu e-commerce dan sistem informasi akuntansi, sedangkan kinerja UMKM dipengaruhi banyak faktor lain di luar variabel yang diteliti.

5.5 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran untuk penelitian selanjutnya, antara lain :

1. Dalam pengambilan data dapat dilakukan dengan menggunakan wawancara mendalam untuk menggali pemahaman mengenai yang dirasakan langsung oleh pelaku UMKM saat memanfaatkan E-Commerce dan SIA.

2. Pada peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel independen dan dependen, seperti inovasi, pemasaran, persaingan. Agar peneliti selanjutnya mendapatkan pengalaman dan ilmu baru.
3. Bagi pelaku UMKM jangan ragu untuk bergabung dengan marketplace besar seperti ShopeeFood, GoFood, Grabfood. Era teknologi digital baik untuk pemasaran pengelolaan keuangan bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan penting bagi pelaku UMKM untuk dapat bersaing, tumbuh, dan bertahan di era ekonomi digital saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Affan, M. W. (2022). Analisis Penggunaan E-Commerce: Faktor Yang Mempengaruhi dan Dampaknya Bagi UMKM. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 5(3), 392–403.
- 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.
- Ayem, S., Shalsya, P., & Nasir, B. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, E-Commerce, Insentif Pajak, dan Bantuan Stimulus Pemerintah pada Kinerja UMKM. *Journal on Education*, 6(03), 17611–17618.
- Banowaty, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Electronic Commerce Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM)(Studi Kasus Pelaku Usaha Kecil dan Menengah Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- 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.
- Fitrah, M. N., & Yuliati, Y. (2023). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerjA UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 91–101.
- Hadiwijaya, D., & Mintarsih, E. (2021). Pengaruh Penilaian Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Kerta Raharja Kabupaten Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(2).

- Lestiwati, R. (2024). ANALISIS SISTEM INFORMASI AKUNTANSI PEMBUKUAN HASIL PENJUALAN BARANG PADA MINIMARKET RETAIL (TOKO INDOMARET) PT INDOMARCO PRISMATAMA TBK CABANG PURWAKARTA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(8), 3767–3784.
- Lusa, S., Purbo, O. W., & Lestari, T. (2024). *Peran e-Commerce dalam Mendukung Ekonomi Digital Indonesia*. Penerbit Andi.
- NSS, R. L. P., & Rahoyo, R. (2018). Dampak Bisnis Kuliner Melalui Go Food Bagi Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Semarang. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 20(2), 120–133.
- Nugraha, N., Budiyono, I., Nurhayati, I., & Arumsari, V. (2023). Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Pada UMKM Di Kota Semarang. *KEUNIS*, 11(1), 95–104.
- Nuriadini, A., & Hadiprajitno, P. B. (2022). Manfaat Penerapan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Karyawan dengan Pendekatan TAM (Studi Fenomenologi terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi di PT PLN UP3 Demak). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(1).
- Prastika, N. E., & Purnomo, D. E. (2014). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Pekalongan. *Jurnal LITBANG Kota Pekalongan*, 7.
- Rahim, O. A. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Kinerja UMKM Di Kota Ambon. *HIPOTESA-Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2), 102–113.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Kartini, K., & Asas, I. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331.

- Rusdi, R., Armiani, A., & Murjana, I. M. (2023). Pengaruh Media Sosial, E-Commerce, dan Website terhadap Kinerja UMKM pada UMKM Tenun di Lombok Tengah:-. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 169–177.
- 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.
- Subagio, S. I., & Saraswati, E. (2020). PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI PURBALINGGA. *Journal of Law, Economic, and English*, 2(1). <https://ejournal.uhb.ac.id/index.php/J-LEE/issue/archive>
- Ulyasari, O. R., Agustina, D., Wardhani, R. S., & Ilhamsyah, A. W. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Terhadap Kinerja Umkm Sektor Industri. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 799–808.
- 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. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021*, 1(1).
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.