



## **PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI PURBALINGGA**

Indra Sukma Subagio<sup>1</sup>

Universitas Harapan Bangsa

Email: indrasukmasubagio@uhb.ac.id

Esti Saraswati<sup>2</sup>

Universitas Harapan Bangsa

Email: estisaraswati@uhb.ac.id

### **Abstrak**

UMKM merupakan salah satu pilar utama ekonomi yang berperan dalam peningkatan PDB. Banyak UMKM masih menggunakan cara konvensional untuk mengemas dan memasarkan produknya, sehingga arah pemasarannya tersebar secara merata. *E-commerce* dapat memberikan penggiat UMKM perluasan jangkauan bisnis, sehingga mampu memasuki pangsa pasar baru, meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan serta memperbaiki operasi bisnis. Selain teknologi informasi, penggunaan informasi akuntansi juga merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan hidup sebuah entitas bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *e-commerce* dan informasi akuntansi dalam meningkatkan kinerja UMKM di Purbalingga. Dengan sampel 28 penggiat UMKM, diperoleh bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UMKM. Lebih lanjut, informasi keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM tapi dengan arah yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa, peran *e-commerce* dan informasi keuangan belum digunakan secara maksimal sehingga kurang memberikan dampak terhadap kinerja UMKM di Purbalingga..

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

### **Abstract**

*MSMEs are one of the main pillars of the economy that play a role in increasing GDP. Many MSMEs still use conventional methods to package and market their products, so that their marketing directions are evenly distributed. E-commerce can provide MSME activists with expanding business reach, so that they are able to enter new market shares, increase marketing and sales efficiency and improve business operations. Apart from information technology, the use of accounting information is also an important factor in the survival of a business entity. This study aims to determine the role of e-commerce and accounting information in improving the performance of MSMEs in Purbalingga. With a sample of 28 MSME activists, it was found that e-commerce had no significant effect on the performance of MSMEs. Furthermore, financial information has a significant influence on the performance of MSMEs but in a negative direction. This shows that the role of e-commerce and financial information has not been used optimally so that it has less impact on the performance of MSMEs in Purbalingga.*

**Keyword:** *E-Commerce*, Accounting Information, MSME Performa

## PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama ekonomi yang berperan cukup besar dalam peningkatan produk domestik bruto nasional. Pada tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional adalah sebesar 61,07% atau lebih dari separuh total PDB nasional (Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah, 2018). Selain mempunyai kontribusi yang besar terhadap PDB, UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dibandingkan dengan usaha-usaha besar. Menurut data kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah pada tahun 2018 menunjukan UMKM menyerap sebanyak 116.978.631 orang atau 97% dari pangsa tenaga kerja yang ada di Indonesia.

Secara umum, walaupun terjadi peningkatan dalam hal kontribusi terhadap PDB maupun penyerapan tenaga kerja, namun UMKM juga menghadapi banyak tantangan yang menghambat perkembangannya di Indonesia. Salah satu hambatan paling besar yang dihadapi adalah kurangnya inovasi, baik berupa kemasan produk, maupun cara memasarkan produk. Banyak UMKM yang masih menggunakan cara konvensional untuk mengemas dan memasarkan produknya, sehingga arah pemasaran produk UMKM terkadang tidak tersebar secara merata.

Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat, pelaku UMKM juga dituntuk untuk mampu memaksimalkan peran teknologi. *Deloitte Access Economics*, (2015) menjelaskan bahwa teknologi menjadi menjadi salah satu faktor pendorong penting bagi produktivitas bisnis dalam beberapa dekade terakhir. Lebih lanjut dalam survei yang dilakukan *Deloitte Access Economics*, perusahaan yang memiliki situs web, sosial media dan aplikasi mobile atau kita sebut saja *e-commerce* adalah hal yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis. Dengan menggunakan *e-commerce*, akan memberikan pelaku UMKM perluasan jangkauan bisnis, sehingga mampu memasuki pangsa pasar baru, meningkatkan efisiensi pemasaran dan penjualan serta memperbaiki operasi bisnis.

Menurut Romero & Rodri'guez (2010) *e-commerce* menawarkan peluang bagi entitas bisnis di lingkungan pasar yang kompetitif dan dapat menjadi komponen inti dari strategi bisnis yang menghasilkan nilai serta memungkinkan perusahaan, pemasok, pelanggan dan konsumen untuk bertukar informasi tentang kegiatan bisnis, barang dan jasa. Jauh sebelumnya, Konings & Roodhooft (2002) memberikan gambaran umum bahwa *e-commerce* menawarkan pembeli dan penjual format baru dalam berkomunikasi dan menyediakan kesempatan untuk membuat marketplace yang baru.

Selain teknologi informasi, penggunaan informasi akuntansi juga merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan hidup sebuah entitas bisnis. Penggunaan informasi akuntansi akan menjadi senjata yang mumpuni bagi UMKM untuk menentukan dalam pengambilan keputusan usaha, terutama terkait kegiatan investasi dan pembiayaan lainnya. Pelaporan keuangan yang akurat dan andal, akan meningkatkan kinerja keuangan sebuah entitas bisnis. Menurut Pinasti (2007) informasi akuntansi mampu menjadi alat yang andal bagi manajemen pengelolaan usaha kecil terutama dalam hal pengembangan pasar, penetapan harga, dan hubungan dengan perusahaan pembiayaan.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan gambaran nyata tentang hambatan-hambatan yang menyebabkan kinerja UMKM yang kurang maksimal. Jehangir *et. al* (2011) menemukan bahwa walaupun *e-commerce* berpengaruh positif namun pergerakannya masih sangat lambat dan tidak konsisten. Di sisi lain, Purnata & Suardikha (2019) menemukan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UKM yang ada di Denpasar. Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Subagio (2019) memberikan bukti bahwa secara parsial, sistem informasi akuntansi tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap kinerja.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini memberikan pembinaan dan

bantuan kepada UMKM dalam bentuk permodalan melalui rumah kreatif BUMN. Selain bantuan dalam bentuk permodalan, Rumah Kreatif BUMN (RKB) juga memberikan edukasi lain terhadap UMKM, misalnya digitalisasi dan kompetensi yang berhubungan dengan pengembangan usaha. Di Purbalingga sendiri, terdapat RKB yang bersinergi dengan PT. Pertamina, dan sampai tahun 2019 telah memiliki 94 UMKM binaan. Penelitian ini dilatarbelakangi masih adanya *research gap* antara beberapa penelitian terkait dengan pengaruh *e-commerce* dan informasi keuangan terhadap kinerja UMKM.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *E-Commerce*

Ledakan teknologi dan informasi yang terjadi beberapa dekade terakhir membawa perubahan yang signifikan terhadap dunia bisnis. Konings & Roodhooft (2002) mengatakan bahwa perusahaan atau entitas tradisional yang tidak mengambil bagian dalam perubahan ini akan mengalami kegagalan dan terlempar keluar dari persaingan bisnis yang ada. salah satu manfaat teknologi dan informasi yang diadopsi ke dalam dunia bisnis adalah *e-commerce*.

Menurut Becker *et al.* (2008) *e-commerce* atau *electronic commerce* didefinisikan sebagai penggunaan internet dan web untuk transaksi bisnis dalam konteks pasar global. *E-commerce* memudahkan para pelaku bisnis dalam mengidentifikasi alur kerja, persaingan, membangun kemitraan, dan pemasaran produk

yang lebih efektif. Selain itu penggunaan *e-commerce* memudahkan baik pemasok maupun konsumen dalam hal proses order, pembelian, manajemen persediaan, serta dapat mengurangi biaya pemasaran.

Menurut Becker et al. (2008) ada lima tipe *e-commerce*, yang pertama B2C (*Business to Customer*) yang menyatukan produsen dan konsumen di pasar online untuk bertransaksi bisnis. Biasanya B2C memiliki virtual *store* yang digunakan untuk bertransaksi secara online dan *real time*, sehingga bisa menghilangkan kebutuhan untuk secara fisik melihat dan mengambil barang dagangan. Contohnya B2C di Indonesia adalah Zalora, Blibli.com. dll.

Kemudian yang kedua adalah B2B (*Business to Business*). B2B secara sederhana bisa diartikan transaksi bisnis yang dilakukan oleh satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, bukan *direct* ke konsumen akhir. Contoh perusahaan yang menerapkan B2B di Indonesia adalah Ralali, dimana Ralali menyediakan berbagai macam produk yang diperlukan oleh perusahaan lainnya.

Selanjutnya adalah C2C (*Customer to Customer*) yang mana terjadi transaksi penjualan antara konsumen dan konsumen dalam *market place*. Dalam tipe ini, konsumen tidak hanya bisa membeli, tapi juga bisa menjual produk yang dimilikinya. Di Indonesia sendiri contoh bisnis C2C adalah OLX dan Kaskus forum jual beli.

Keempat adalah B2G (*Business to Government*) atau bisa juga disebut *e-government*. B2G mengacu pada

penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk membangun dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan karyawan, masyarakat, bisnis, organisasi nirlaba, dan lembaga pemerintah lainnya. Contoh administrasi publik yang menerapkan B2G adalah BPJS, pajak.go.id, dll. Terakhir adalah C2B (*Customer to Business*). Dalam hal ini, konsumen akhir yang menyediakan produk atau jasa kepada perusahaan. Contoh paling mudah untuk memahami sistem C2B adalah royalty dari fotografer yang hasil fotonya digunakan oleh perusahaan untuk kepentingan bisnisnya

## Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (SIA) merupakan salah satu tools yang bisa memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Secara sederhana SIA akan memberikan informasi-informasi penting yang akan memudahkan proses pengambilan keputusan terkait investasi, pembiayaan dan forecasting. Dalam skala usaha kecil dan menengah, kecepatan mendapatkan informasi akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha.

Menurut Romney & Steinbart (2018) sistem informasi akuntansi adalah sistem yang mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data untuk menghasilkan informasi bagi para pembuat keputusan. Termasuk orang, prosedur dan instruksi, data, perangkat lunak, infrastruktur teknologi informasi, dan kontrol internal serta langkah-langkah keamanan

Komponen-komponen tersebut memungkinkan SIA untuk memenuhi

tiga fungsi bisnis penting, yaitu, mengumpulkan dan menyimpan data tentang kegiatan perusahaan, sumber daya dan personel. Kedua, mengubah data menjadi informasi sehingga manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi kegiatan, sumber daya, dan personel. Terakhir, SIA memberikan kontrol yang memadai untuk melindungi aset dan data organisasi.

Sistem informasi akuntansi yang dikelola dengan baik akan memberikan nilai tambah bagi entitas bisnis: (1) meningkatkan kualitas dan mengurangi biaya produk atau jasa; (2) meningkatkan efisiensi; (3) sharing knowledge; (4) meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari supply chain; (5) meningkatkan struktur pengendalian internal, dan; (6) meningkatkan pengambilan keputusan pada tingkat manajemen.

Menurut Holmes and Nicholls (1988) dalam Wibowo & Kurniawati (2015) informasi akuntansi menurut manfaatnya bagi pengguna dibagi menjadi 3 jenis, yaitu: (1) Statutory accounting information yaitu informasi yang perlu disiapkan oleh entitas usaha sesuai dengan peraturan yang berlaku, (2) Budgetary information yaitu informasi akuntansi yang disajikan dalam bentuk anggaran yang berguna bagi pihak internal dalam perencanaan, penilaian dan pengambilan keputusan. (3) Additional accounting information yaitu informasi akuntansi lain yang disiapkan perusahaan guna meningkatkan efektifitas pengambilan keputusan manajer.

## UMKM

UMKM dianggap sebagai salah satu tulang punggung ekonomi, tidak hanya di Indonesia namun juga di Uni Eropa (*European Commission*, 2016), sedangkan kewirausahaan dipandang sebagai mesin pertumbuhan ekonomi (Audretsch, 2009). Secara definisi, menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, kriteria usaha mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Kriteria usaha kecil adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah). Sedangkan kriteria usaha menengah adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

## Kinerja UMKM

Secara umum kinerja sebuah entitas bisnis, baik yang berskala kecil, menengah, sampai yang berskala besar bisa diukur dengan dua pendekatan, yaitu, pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pada perspektif kuantitatif, kinerja usaha bisa diukur melalui efisiensi, revenue, tingkat produksi, jumlah pelanggan, produktivitas, pangsa pasar, biaya produksi, likuiditas, dll. (Cicea *et. al.*, 2019). Sedangkan pada perspektif kualitatif, kinerja usaha dapat diukur menggunakan tercapainya tujuan bisnis, gaya kepemimpinan, perilaku karyawan, kepuasan pelanggan, inovasi produk, inovasi pemasaran, dll. (Cicea *et. al.*, 2019).

Pada penelitian lain, Gopang *et. al.*, (2017) menawarkan 14 indikator untuk mengukur kinerja UMKM. Keempat belas indikator tersebut adalah reputasi, produktivitas, kepuasan karyawan, laba, penjualan, pengiriman pesanan cepat, modal kerja yang cukup, efektivitas dalam operasi produksi, kualitas produk, pencapaian target, jumlah klien, kemudahan dalam pengawasan, pengurangan biaya produk dan diversifikasi produk.

## Pengembangan Hipotesis

Pada teori *resource-based view* dikatakan bahwa kinerja sebuah perusahaan akan meningkat jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif (Wernerfelt, 1984). Perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya dengan efektif dan efisien akan memberikan keunggulan

kompetitif untuk kinerjanya. Salah satu sumber daya yang bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan kinerjanya adalah penggunaan *e-commerce* dan penerapan sistem informasi akuntansi.

*E-commerce* atau perdagangan elektronik merupakan salah satu wadah yang bisa digunakan oleh UMKM untuk memaksimalkan penjualan produknya. *E-commerce* dibentuk sebagai sebuah ekosistem yang mempertemukan pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya penjual, makelar, dan konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk memudahkan proses transaksi bisnis dari produsen ke konsumen. Penggunaan *e-commerce* akan sangat menguntungkan pemilik usaha karena mengurangi biaya pemasaran, biaya sewa tempat, mempermudah pencarian bagi konsumen. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Purnata & Suardikha, (2019) yang menemukan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Denpasar. Sebelumnya (Jehangir *et. al.*, 2011) menemukan bahwa walaupun *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja namun pergerakannya sangat lambat dan tidak konsisten.

H1: *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

Sistem informasi akuntansi merupakan salah satu alat yang memberikan kemudahan-kemudahan bagi manajemen dalam proses pengambilan keputusan. Jika manajemen sebuah perusahaan mampu memaksimalkan penerapan sistem informasi akuntansinya, maka

sesuai dengan *resource-based view* theory kinerja perusahaannya akan meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wibowo & Kurniawati (2015) yang menemukan bahwa penggunaan informasi akuntansi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM di Salatiga.

H2: Penerapan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh UMKM yang menjadi binaan RKB Purbalingga sebanyak 94 unit. Pemilihan sample berdasarkan pertimbangan bahwa UMKM yang menjadi binaan RKB memiliki kelengkapan data yang diperlukan pada penelitian ini dan sudah mendapatkan pelatihan terkait penggunaan *e-commerce* dan penerapan sistem informasi akuntansi. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sudah menggunakan informasi akuntansi dan *e-commerce* dalam proses bisnisnya selama kurang lebih 2 tahun.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan kuesioner dan wawancara langsung terhadap responden pengelola UMKM. Hasil jawaban kuesioner kemudian diukur menggunakan skala likert dengan skor 5 untuk sangat setuju, 4 setuju, 3 netral, 2 tidak setuju dan 1 untuk sangat tidak setuju.

### Variabel Penelitian

#### E-Commerce

Menurut Zwass (1996) *e-commerce* adalah berbagi informasi bisnis, menjaga hubungan bisnis, dan melakukan transaksi bisnis melalui jaringan telekomunikasi. Pada penelitian ini *e-commerce* diukur menggunakan instrumen dari (Wibowo & Kurniawati, 2015) dan dikembangkan oleh Pramiswari & Dharmadiaksa (2017).

#### Penggunaan Informasi Akuntansi

Penggunaan informasi akuntansi yang efektif dan efisien akan memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Pinasti (2007) bahwa bagi usaha kecil dan menengah, informasi akuntansi memiliki peran yang krusial dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Keputusan-keputusan penting terkait pengambilan keputusan seperti pengembangan pasar, inovasi produk, dan penetapan harga bisa didapatkan dari penggunaan informasi akuntansi yang efektif dan efisien. Pengukuran penggunaan informasi akuntansi menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Purnata & Suardikha (2019).

#### Kinerja UMKM

Kinerja UMKM dapat diukur dengan berbagai cara, namun yang paling umum adalah dengan menggunakan ukuran kuantitatif dan kualitatif. Pada penelitian ini, untuk mengukur kinerja UMKM menggunakan instrument penilaian yang dikembangkan oleh Gopang *et al.* (2017).

#### Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan regresi linier berganda.

Model persamaan structural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

$Y$  = Kinerja UMKM

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi

$X_1$  = *E-Commerce*

$X_2$  = Penggunaan Informasi

Akuntansi

$\varepsilon$  = Residual

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan Teknik purposive sampling data yang diperoleh sampel sebanyak 28 kuesioner. Sampel tersebut didapat dari penyebaran 94 kuesioner kepada seluruh pegiat UMKM yang terdaftar di Rumah kreatif Bersama Purbalingga. Kriteria pengambilan sampel adalah untuk penggiat UMKM yang sudah menggunakan *e-commerce* dan informasi akuntansi dalam melaksanakan operasi bisnisnya.

## Pengujian dan Analisis Data

Sebelum melakukan uji hipotesis perlu dilakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel memang bisa memberikan gambaran yang akurat (Sekaran & Bougie, 2016). Lebih lanjut, penggunaan instrumen yang tepat akan memberikan hasil yang lebih akurat, yang berarti akan meningkatkan kualitas sebuah penelitian.

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada

sample benar-benar mampu mengukur variabel yang ingin diteliti. Menurut Ghozali (2018) jika r tabel lebih kecil dari r hitung dengan nilai yang positif, maka dianggap pertanyaan atau indikator yang diajukan dinyatakan valid. Berdasarkan perhitungan r tabel dengan rumus  $df=n-2$ , maka dengan jumlah responden sebanyak 28 orang didapatkan nilai r tabel sebesar 0,306 dengan signifikansi 5%.

Dari tabel 4.1 di bawah terlihat bahwa seluruh pertanyaan yang diajukan untuk mengukur variabel *e-commerce* menunjukkan nilai r hitung yang lebih tinggi dari r tabel, dengan kata lain seluruh item pertanyaan dianggap valid. Hal serupa juga terlihat pada semua item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel informasi akuntansi menunjukkan r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel, sehingga semua item pertanyaan dianggap valid.

Tabel 4.1  
Uji Validitas

No.	Variabel	Kode Isntrumen	R hitung	Ket
1	<i>E-Commerce</i> ( $X_1$ )	E1	0,878	Valid
		E2	0,829	Valid
		E3	0,832	Valid
		E4	0,810	Valid
		E5	0,502	Valid
2	Informasi Akuntansi ( $X_2$ )	IA1	0,931	Valid
		IA2	0,873	Valid
		IA3	0,805	Valid
		IA4	0,851	Valid
		IA5	0,692	Valid
3	Kinerja UMKM ( $Y$ )	Y1	0,742	Valid
		Y2	0,814	Valid
		Y3	0,859	Valid
		Y4	0,803	Valid
		Y5	0,818	Valid
		Y6	0,880	Valid
		Y7	0,754	Valid
		Y8	0,746	Valid
		Y9	0,694	Valid
		Y10	0,747	Valid

No.	Variabel	Kode Instrumen	R hitung	Ket
	Y11		0,768	Valid
	Y12		0,743	Valid
	Y13		0,866	Valid
	Y14		0,715	Valid

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 4.1 juga menggambarkan validitas setiap item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kinerja UMKM. Berdasarkan hasil perhitungan r hitung, seluruh item pertanyaan memiliki nilai yang lebih besar dibanding r tabel yang hanya sebesar 0,306, hal tersebut menandakan bahwa semua item pertanyaan bersifat valid.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen tersebut bebas kesalahan serta konsistensinya ketika digunakan (Sekaran & Bougie, 2016). Lebih lanjut, Sekaran & Bougie (2016) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah indikasi stabilitas dan konsistensi dari instrumen dalam mengukur konsep dan membantu untuk menilai goodness of measure.

Secara umum, uji reliabilitas diukur menggunakan nilai dari *Cronbach's alpha*. Jika nilai *Cronbach's alpha* kurang dari 0,60 maka reliabilitas dianggap buruk, jika berada di kisaran 0,70 dianggap bisa diterima dan jika lebih besar dari 0,80 maka reliabilitasnya dianggap baik. Berdasarkan hal tersebut dan pengujian yang telah dilakukan terhadap ketiga variabel menghasilkan nilai *Cronbach's alpha* masing-masing di atas 0,80 yang berarti reliabilitas instrumen dianggap bagus.

Tabel 4.2  
 Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Cronbach's alpha	Ket
1.	<i>E-Commerce</i>	0,801	Reliabel
2.	Informasi Akuntansi	0,887	Reliabel
3.	Kinerja UMKM	0,945	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

#### Uji Normalitas

Salah satu syarat yang harus terpenuhi ketika melakukan analisis multivariate adalah distribusi data yang normal. Menurut Ghazali (2018) uji statistik akan terdegradasi jika distribusi tiap variabelnya tidak normal. Pengujian normalitas yang dilakukan menggunakan Non-parametrik statistik dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi 0,200 jauh di atas nilai minimal yang diminta sebesar 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

#### Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan fenomena statistik yang sering dijumpai di mana dua atau lebih variabel independen dalam model regresi berganda berkorelasi tinggi. Dalam kasus yang paling parah (jika korelasi antara dua variabel independen sama dengan 1 atau -1) multikolinearitas membuat estimasi koefisien regresi tidak mungkin dilakukan. Dalam semua kasus lainnya, ini membuat perkiraan koefisien regresi tidak dapat diandalkan. Syarat untuk terbebas dari multikolinearitas adalah nilai VIF harus lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 10%. Berdasarkan pengujian yang dilakukan seluruh varibel memiliki

nilai toleransi di atas 10% dengan nilai VIF di bawah 10 seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3  
 Uji Multikolinearitas

Variabel	Toleransi	Nilai VIF	Ket
<i>E-Commerce</i> (X <sub>1</sub> )	0,515	1,940	Bebas Multikolinearitas
Informasi Akuntansi (X <sub>2</sub> )	0,515	1,940	Bebas Multikolinearitas

Sumber: data primer yang diolah

### Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan maka dilakukan pengujian dengan menggunakan multiple regression. Hasil pengujian ditampilkan pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5  
 Pengujian Hipotesis

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1 (Constant)	67,481	1,769		38,148	,000
X1	-2,123	1,410	-,287	-1,505	,145
X2	-3,878	1,473	-,501	-2,632	,014
Adjusted R Square	0,496				
F	14,268				
Sig. F	0,000				

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan hasil pengolahan regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* model adalah 0,496. Dalam hal ini berarti kinerja penggiat UMKM di Purbalingga yang dipengaruhi oleh variasi dari variabel *e-commerce* dan informasi akuntansi hanya sebesar 49,6% sedangkan sisanya dipengaruhi sebesar 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang timbul di luar model.

Untuk mengetahui apakah seluruh variable independent yang digunakan dalam model mampu menjadi variabel penjelas atau predictor, maka dilakukan uji F. Sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan, uji F menunjukkan angka 14,268 dengan level signifikansi 1%. Variabel independent yang digunakan dalam model berarti mampu digunakan sebagai variable penjelas

atau predictor, sehingga model regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi terhadap kinerja UMKM.

Berbeda dengan uji F, uji t menggambarkan seberapa jauh secara individual variabel independen mampu menjelaskan variasi dari variabel dependennya (Ghozali, 2018). Dari table 4.5 menunjukkan hanya variable informasi akuntansi yang memiliki signifikansi pada level 1%, sedangkan variabel *e-commerce* level signifikansinya jauh di atas 10%. Untuk nilai koefisennya sendiri, kedua variabel menunjukkan angka yang negatif, yang berarti arah yang ditunjukkan juga negatif.

Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa secara simultan, *e-commerce* dan informasi keuangan mampu meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramiswari &

Dharmadiaksa (2017). Hal ini juga sesuai dengan *resource-based view theory* yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya akan memiliki peluang untuk semakin meningkatkan kinerjanya (Wernerfelt, 1984).

Secara parsial ditunjukkan bahwa *e-commerce* tidak memberikan pengaruh yang signifikan bahkan dengan arah yang negatif, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Triandra *et. al.* 2019). Berdasarkan diskusi dan wawancara tambahan yang dilakukan selama pengumpulan kuesioner, diketahui bahwa penerapan *e-commerce* masih sebatas memasukan produk-produk mereka ke dalam platform tersebut. Kurangnya pendampingan dan pelatihan serta konsistensi dalam pemanfaatan *e-commerce* ditengarai menjadi penyebab belum maksimalnya peran *e-commerce* dalam meningkatkan kinerja penggiat UMKM di Purbalingga. Disisi yang lain masalah umum yang sering dihadapi oleh penggiat UMKM adalah terbatasnya sumber daya manusia untuk mengelola *e-commerce* secara lebih maksimal sehingga walaupun sudah menggunakan *e-commerce* namun tidak memberikan dampak apapun.

Dalam pengujian hipotesis kedua menunjukkan tingkat signifikansi pada level 5% namun arahnya negatif, yang artinya informasi akuntansi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM di Purbalingga namun memiliki arah yang negatif. Hal ini dimungkinkan karena pemahaman yang masih kurang terkait bagaimana membuat,

menggunakan dan memaksimalkan peran informasi akuntansi. Hasil ini sesuai dengan penelitian Purnata & Suardikha) 2019).

## Kesimpulan dan Saran

Dari hasil pengujian dan pembahasan di atas, ditemukan bahwa *e-commerce* tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja penggiat UMKM di Purbalingga. Hal ini bisa terjadi karena pemahaman yang masih kurang dan penggunaan yang belum dimaksimalkan, sehingga belum memberikan dampak yang positif terhadap omzet penjualan yang didapatkan oleh penggiat UMKM di Purbalingga.

Sedikit berbeda dengan penggunaan informasi akuntansi yang memberikan pengaruh yang signifikan namun dengan arah hubungan yang negatif. Dalam proses bisnisnya ketika terjadi kesalahan dalam membaca atau memahami informasi akuntansi akan memberikan kesalahan dalam pengambilan keputusan yang bisa menyebabkan kurang berkembangnya pemasaran dari UMKM, sehingga perlu pendampingan dan pelatihan yang lebih lanjut.

Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini memungkinkan adanya celah yang bisa digunakan pada penelitian yang akan datang. Hasil penelitian kurang maksimal karena terbatasnya jumlah responden yang hanya berjumlah 28 penggiat UMKM hal ini salah satunya disebabkan karena masih adanya pandemi covid-19 sehingga menyebabkan terbatasnya akses penyebaran kuesioner dan wawancara terhadap para penggiat UMKM. Selain itu penelitian ini hanya

menggunakan variabel independen yang berhubungan dengan sistem dan teknologi informasi, untuk penelitian selanjutnya mungkin bisa menggunakan pendekatan lain agar bisa lebih membuka tabir variabel yang paling memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM.

## Daftar Pustaka

- Audretsch, D. B. (2009). The entrepreneurial society. *The Journal of Technology Transfer*, 34(December 2008), 245–254. <https://doi.org/10.1007/s10961-008-9101-3>
- Becker, S. A., Klinger, K., Neidig, J., & Reed, S. (2008). *Electronic Commerce: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*.
- Cicea, C., Popa, I., Marinescu, C., Stefan, S. C., & Simona, C. (2019). Determinants of SMEs ' performance : evidence from European countries Determinants of SMEs ' performance : evidence from. *Economic Research*, 32(1), 1602–1620. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1636699>
- Deloitte Access Economics. (2015). *UKM pemicu kemajuan Indonesia*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gopang, M. A., Nebhwani, M., Khatri, A., & Marri, H. B. (2017). An assessment of occupational health and safety measures and performance of SMEs : An empirical investigation. *Safety Science*, 93, 127–133. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2016.11.024>
- Jehangir, M., Dominic, P. D. D., & Downe, A. G. (2011). Technology Resources and E-Commerce Impact on Business Performance. *Digital Information Processing and Communications*, 440–441.
- Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Ukm) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2017 - 20kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah*. (2018). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (Ukm) Dan Usaha Besar (Ub) Tahun 2017 - 2018 (Vol. 2000)*. R (Vol. 2000). Retrieved from <http://www.depkop.go.id/data-umkm>
- Konings, J., & Roodhooft, F. (2002). The effect of e-business on corporate performance: firm level evidence for belgium\*\*\*. *DE ECONOMIST* 150, (5), 569–581.
- Muller, P., Devnani, S., Julius, J., Gagliardi, D., & Marzocchi, C. (2016). *Annual Report on*

- European SMEs 2015/2016.*
- Pinasti, M. (2007). Pengaruh Penyelenggaraan Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Persepsi Pengusaha Kecil Atas Informasi Akuntansi : Suatu Riset Eksperimen. *Simposium Nasional Akuntansi X*, 1–21.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN UNTUK BERWIRASAHA. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(1), 261–289.
- Purnata, I. W. R., & Suardikha, I. M. S. (2019). Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(1), 296–321.
- Romero, C. Q., & Rodríguez, D. R. (2010). Int. J. Production Economics E-commerce and efficiency at the firm level. *International Journal of Production Economics*, 126, 299–305. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2010.04.004>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. New York: Pearson.
- Saraswati, E., & Subagio, I. S. (2019). Pengaruh Kompetensi dan Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi Serta Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada RSUD. Prof. Dr. Margono Soekarjo Purwokerto. *Journal of Law, English and Economics*, 01, 11–27.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Method For Business. In *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (Seventh Ed). Wiley.
- Triandra, 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. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/smj.4250050207/abstract>
- Wibowo, A., & Kurniawati, E. P. (2015). PENGARUH PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KEBERHASILAN USAHA KECIL MENENGAH ( STUDI PADA SENTRA KONVEKSI DI KECAMATAN TINGKIR. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, XVIII(2), 107–126.

Zwass, V. (1996). Electronic  
Commerce : Structures and  
Issues. *International Journal of  
Electronic Commerce*, 1(1), 3–  
23.

<https://doi.org/10.1080/10864415.1996.11518273>