



**PENGARUH *E-COMMERCE*, BUDAYA ORGANISASI, DAN
PENGETAHUAN AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA
MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH**

Ahmad Natsiruddin^{1*}, Nuramalia Hasanah², Diah Armeliza³

¹²³Universitas Negeri Jakarta

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the independent variable, namely E-Commerce, Organizational Culture, and Accounting Knowledge on the dependent variable, namely the Performance of Micro, Small, and Medium Enterprises. The population of this study is MSMEs located in the Pulogadung Small Industry Center (PIK) area, East Jakarta. MSME performance is measured by e-commerce, organizational culture, and accounting knowledge. The samples obtained were 80 respondents with simple random sampling method. The results of this study indicate that e-commerce does not have a significant effect on the performance of MSMEs and organizational culture and accounting knowledge have a significant influence on the performance of MSMEs.

Keywords: *e-commerce, organizational culture, accounting knowledge, performance of micro, small and medium enterprises*

How to Cite:

Natsiruddin, A., Hasanah, N., & Armeliza, D., (2023) Pengaruh *E-Commerce*, Budaya Organisasi, Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Vol. 4, No. 2, hal 470-485.

*Corresponding Author: anatsiruddin97@gmail.com

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang kerap disingkat dengan UMKM belakangan ini menjadi sebuah topik hangat diberbagai kalangan. Hal ini dikarenakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu bertahan dan tetap berkembang sebagai penyedia barang atau jasa dalam keadaan yang sedang genting baik ditingkat nasional maupun internasional.

Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting danstrategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UMKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Purnata & Suardikha, 2019). Data yang ditunjukkan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM RI, UMKM secara keseluruhan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik seiring berganti tahun. Misalnya pada tahun 2015, total jumlah unit UMKM sebanyak 59,267,759. Lalu dalam pemberitaan terakhir, jumlah tersebut sudah mencapai angka 65 juta. Menurut Moeldoko, masalah dalam UMKM saat masa pandemi terjadi dari sisi permintaan. Moeldoko menjelaskan daya beli masyarakat jeblok akibat pandemi virus corona. Hal itu membuat tingkat permintaan terhadap produk yang dihasilkan oleh UMKM turun beberapa bulan terakhir.

Pada era globalisasi ini UMKM mendapat banyak persaingan dari perusahaan-perusahaan besar, UMKM harus dapat memahami keadaan dimana teknologi memiliki peran penting untuk UMKM agar tetap dianggap relevan oleh masyarakat serta dapat bersaing dengan perusahaan lain, oleh karena itu UMKM harus memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menerapkan Teknologi Informasi (TI). UMKM yang tidak peka terhadap perkembangan teknologi dan tidak memanfaatkan TI cenderung sulit untuk berkembang dan mengikuti persaingan yang ada. Karena terjadi perubahan pada sistem suatu perdagangan, transaksi serta peredaran uang. Perubahan initerjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah adanya perkembangan teknologi.

Strategi pemasaran adalah suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk hasil yang optimal, strategi pemasaran harus diterapkan semaksimal mungkin Karena semakin banyaknya persaingan baik dari segi harga, pelayanan maupun kualitas produknya. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran adalah internet. Apalagi, di Indonesia penggunaan internet semakin meningkat pesat tanpa adanya batasan usia. *E-Commerce* merupakan salah satu media yang bisa dipakai untuk pemasaran. Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution pun meminta kepada pelaku bisnis *e-commerce* untuk membantu UMKM dalam memasarkan produknya. Pemerintah menyatakan hingga saat ini masih banyak usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang belum bergabung dengan *e-commerce*. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dari 58 juta UMKM yang ada di Indonesia, UMKM yang bergabung dengan *e-commerce* baru sebanyak 8 juta UMKM. Pemanfaatan *e-commerce* juga dapat menunjang efisiensi dan inklusivitas. Hasil riset McKinsey menyebutkan bahwa konsumen di luar Jawa mampu menghemat 11%-25% dari nilai belanjanya dengan menggunakan *e-commerce* dibandingkan dengan berbelanja secara konvensional. Kondisi ini harus dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha lokal untuk memasarkan produk-produk kreatifnya.

Dalam lingkungan bisnis atau sebuah perusahaan yang tumbuh dan berkembang dengan sangat dinamis, sangat memerlukan adanya sistem manajemen yang efektif dan efisien artinya dapat dengan mudah berubah atau menyesuaikan diri dan dapat mengakomodasikan setiap perubahan baik yang sedang dan telah terjadi dengan cepat, tepat dan terarah serta biaya yang murah. Dengan demikian, organisasi sudah tidak lagi dipandang sebagai sistem tertutup (*closed-system*) tetapi organisasi merupakan sistem terbuka (*openedsystem*) yang harus dapat merespon dan mengakomodasikan berbagai perubahan eksternal dengan cepat dan efisien. Sumber daya manusia merupakan aset terpenting perusahaan karena perannya sebagai subyek pelaksana kebijakan dan kegiatan operasional perusahaan. Agar perusahaan tetap eksis maka harus berani menghadapi tantangan dan implikasinya yaitu menghadapi perubahan dan memenangkan persaingan. Sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan seperti modal, metode dan mesin tidak bisa memberikan hasil yang optimal apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia yang mempunyai kinerja yang optimal.

Budaya organisasi adalah kerangka kerja kognitif yang terdiri dari sikap- sikap, nilai-nilai, norma perilaku dan harapan bersama yang dirasakan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi merupakan pandangan hidup organisasi yang dihasilkan melalui pergantian generasi pegawai” (Purnata & Suardikha, 2019). Budaya Organisasi merupakan konsep yang didasarkan pada *culture theory*, dimana budaya organisasi nantinya dapat digunakan sebagai dasar pembuat keputusan oleh pemakai. Hal tersebut mengikat anggota menjadi suatu kesatuan yang utuh dan senantiasa disampaikan kepada setiap anggota baru dalam organisasi yang nantinya dapat membangun rasa kekeluargaan dalam sebuah organisasi dan mempermudah koordinasi antar anggota sehingga dapat mempengaruhi peningkatan kinerja perusahaan.

Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pemilik usaha kecil menengah akan banyak memberikan banyak manfaat dalam penggunaan informasi akuntansi. Pengetahuan akuntansi yang rendah akan menyebabkan usaha yang dijalankan mengalami kegagalan manajemen sehingga sangat sulit bagi para pelaku usaha dalam menentukan kebijakan apa yang akan diambil (Lestari & Rustiana, 2019). Disini UMKM yang memiliki pengetahuan tinggi dalam menyusun laporan keuangan tentunya akan lebih mudah dalam mengambil keputusan. (Ermawati & Arumsari, 2021) jika UMKM memiliki pengetahuan tinggi dalam menentukan untung ruginya sebuah usaha yang dijalkannya, tentunya UMKM mengetahui betul bagaimana cara meningkatkan penjualan. Dengan meningkatnya penjualan ini mengindikasikan tingginya kinerja UMKM. Dengan kata lain semakin tinggi pengetahuan akuntansi yang dimiliki UMKM dalam menjalankan bisnisnya maka akan meningkatnya kinerja UMKM juga.

Berdasarkan pada pendahuluan diatas, tujuan dari penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.
2. Untuk menganalisis pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.
3. Untuk menganalisis pengetahuan akuntansi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah.

TINJAUAN TEORI

Teori Kultur

Pengertian kebudayaan yang dikemukakan oleh Edward B. Taylor adalah keseluruhan kompleks dari pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan semua kemampuan dan kebiasaan yang lain yang diperoleh oleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Atau secara sederhana bisadikatakan kebudayaan adalah segala sesuatu yang dipelajari dan dialami bersama secara sosial oleh para anggota suatu masyarakat. (Cookson & Stirk, 2019). Berdasarkan asal usul kata kebudayaan berasal dari bahasa Sansekerta yaitu buddhaya (bentuk jamak). Bentuk tunggal : buddhi (budi atau akal). Jadi berdasarkan asal usul kata kebudayaan diartikan dengan hal - hal yang bersangkutan dengan budi atau akal. Dari bahasa Inggris *culture* berasal dari bahasa Latin (*colere*) yang artinya mengolah atau mengerjakan, yaitu mengolah tanah atau bertani. Jadi *culture* adalah segala daya dan kegiatan manusia untuk mengolah dan mengubah alam, Soekanto dalam penelitian (Cookson & Stirk, 2019). Selo Sumarjan & Sulaeman Sumardi memberikan pengertian kebudayaan sebagai semua hasil karya, rasa, cipta dan karsa masyarakat. Karya (*material culture*) menghasilkan teknologi dan kebudayaan kebendaan atau kebudayaan jasmaniah yang diperlukan oleh manusia untuk menguasai alam sekitarnya, agar kekuatan serta hasilnya dapat dipergunakan oleh masyarakat. Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya terbentuk dari banyak unsure yang rumit, termasuk sistem agama dan politik, adat istiadat, bahasa, perkakas, pakaian, bangunan, dan karya seni. Seseorang yang berusaha berkomunikasi dengan orang-orang yang berbeda budaya akan menyesuaikan perbedaan-perbedaannya, dan ini membuktikan bahwa budaya itu dipelajari. (Cookson & Stirk, 2019).

Kinerja Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah

Kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang (Setiawati et al., 2021).

Kinerja UMKM menurut Minuzu dalam (Setiawati et al., 2021) terdapat lima macam Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja yaitu: pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan, jumlah karyawan lebih banyak setiap tahun, pertumbuhan pasar, dan pertumbuhan laba.

E-Commerce

Usaha Elektronik *Commerce* (*E-Commerce*) atau lebih dikenal sebutan *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/ atau jasa dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data. Selain itu, bentuk perniagaan ini juga dapat dilakukan secara global, yaitu dengan menggunakan jaringan internet. Kuswiratmo, dalam (Gustina et al., 2022).

E-Commerce menurut Rainer dan Cigielski dalam penelitian Sarastyarini dan Yadnyana dalam (Setiawati et al., 2021) menyatakan bahwa *eletronic commerce* (*e-commerce*) terdapat empat macam indikator dari *E-commerce* yakni: aktivitas pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa, dan sistem elektronik.

Budaya Organisasi

Arti kata budaya secara etimologis, menurut kamus bahasa Indonesia kata budaya bersal dari bahasa sansekerta yaitu *bodhya* yang berarti akal budi, dengan sinonimnya adalah kultur yang bersal dari dari bahasa Inggris *culture*. Sedangkan arti kata budaya secara terminologis, budaya adalah suatu hasil dari budi atau daya, cipta, karya, karsa, pikiran dan adat istiadat manusia yang secara sadar maupun tidak, dapat diterima sebagai sesuatu perilaku yang beradab. Arti kaya organisasi secara etimologis adalah tubuh atau alat tubuh, susunan, aturan, perkumpulan dari kelompok tertentu dengan dasar ideologi yang sama. Arti kata organisasi secara terminologis, organisasi adalah kesatuan (*entity*) sosial yang dikoordinasikan secara sadar dengan sebuah batasan yang relatif dapat diidentifikasi, yang bekerja atas dasar relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan bersama atau suatu sekelompok tujuan. Menurut Matcoulides dan Heck dalam (Agustini, 2018) mengemukakan bahwa budaya organisasi sebagai suatu konsep dapat menjadi suatu sarana untuk mengukur kesesuaian dari tujuan organisasi, strategi dan organisasi tugas, serta dampak yang dihasilkan.

Budaya organisasi memiliki indikator, indikator yang diteliti dalam budaya organisasi menurut Robbins & Coulter dalam (Purnata & Suardikha, 2019) yaitu: inovasi, keberanian mengambil resiko, orientasi tim, dan keagresifan.

Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi adalah seperangkat ilmu tentang sistem informasi yang menghasilkan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi perusahaan. Pengetahuan akuntansi dapat didefinisikan sebagai seperangkat ilmu yang tersusun secara sistematis tentang bagaimana seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan transaksi dan kejadian bersifat keuangan dengan cara yang berdaya guna dan dalam bentuk satuan uang, penginterpretasian hasil proses tersebut berupa informasi kuantitatif yang digunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi sebagai dasar dalam memilih diantara berbagai alternative. Sitorus dalam (Lestari & Rustiana, 2019).

Menurut Dian Irma Diani dalam penelitian (Lestari & Rustiana, 2019) Pengetahuan Akuntansi memiliki indikator atau dapat diukur dengan: 1) Pengetahuan deklaratif, Pengetahuan deklaratif merupakan pengetahuan tentang fakta-fakta dan berdasarkan konsep. 2) Pengetahuan prosedural, Pengetahuan prosedural merupakan pengetahuan yang konsisten dengan aturan-aturan atau standar akuntansi yang berlaku, biasanya tergantung pada pengalaman. Kedua pengetahuan tersebut baik yang bersifat deklaratif maupun prosedural sama-sama sebagai suatu ilmu untuk mengolah transaksi akuntansi menjadi informasi keuangan yang digunakan untuk kepentingan penggunaannya.

Perumusan Hipotesis Penelitian

Pengaruh E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM

(Purnata & Suardikha, 2019) melakukan penelitian Pengaruh *E-Commerce*, Budaya Organisasi, dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan pada UKM. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Denpasar. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi penerapan *e-commerce* maka akan semakin meningkatkan kinerja keuangan perusahaan pada Usaha Kecil Menengah (UKM).

Dengan adanya *e-commerce*, perusahaan diberi kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian. Dengan waktu yang singkat membuat operasional perusahaan menjadi lebih efisien. Dengan adanya *e-commerce* dan internet, perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya sulit untuk dicapai dengan berbagai keterbatasan.

H1: E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM

(Dhyana Putra & Asri Dwija Putri, 2020) melakukan penelitian Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Keuangan. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa, budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menyebabkan semakin baiknya budaya organisasi akan berdampak baik bagi perusahaan. Dengan demikian budaya organisasi memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku anggota - anggotanya dalam mewujudkan strategi organisasi dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan.

H2: Budaya Organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM

(Setiawati et al., 2021) melakukan penelitian Pengaruh *E-Commerce*, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin pemilik usaha memiliki pengetahuan akuntansi akan berdampak baik terhadap kinerja usaha yang dimiliki.

H3: Pengetahuan Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

METODE

Objek dalam penelitian ini adalah pemilik dan pekerja UMKM pada Pusat Industri Kecil (PIK) Penggilingan Jakarta Timur. Ruang lingkup dalam penelitian ini meliputi *E-Commerce* dan Budaya Organisasi di Pusat Industri Kecil (PIK) Penggilingan Jakarta Timur. Dalam penelitian ini dilakukan komunikasi dengan pemilik usaha atas kesediaannya untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni- Juli 2022 dengan cara menghubungi unit-unit usaha yang terlibat untuk menjadi responden, kemudian menyebar kuesioner kepada unit-unit usaha yang terlibat sebagai responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan angka dan perhitungan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang kembali akan diperiksa terlebih dahulu untuk melihat kelengkapan pengisian kuesioner. Penelitian ini menggunakan *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* dalam membantu mengolah data penelitian dan menganalisis data penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Validitas****Tabel 1**

Variabel	Butir Pernyataan	Nilai Korelasi (Pearson Correlation)	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	Y1	0,769	0,413	VALID
	Y2	0,709	0,413	VALID
	Y3	0,778	0,413	VALID
	Y4	0,892	0,413	VALID
	Y5	0,689	0,413	VALID
	Y6	0,623	0,413	VALID
	Y7	0,810	0,413	VALID
	Y8	0,810	0,413	VALID
	Y9	0,787	0,413	VALID
	Y10	0,784	0,413	VALID
<i>E-Commerce</i>	X1.1	0,886	0,413	VALID
	X1.2	0,836	0,413	VALID
	X1.3	0,814	0,413	VALID
	X1.4	0,721	0,413	VALID
	X1.5	0,689	0,413	VALID
	X1.6	0,739	0,413	VALID
	X1.7	0,844	0,413	VALID
	X1.8	0,846	0,413	VALID
	X1.9	0,654	0,413	VALID
	X1.10	0,712	0,413	VALID
Budaya Organisasi	X2.1	0,616	0,413	VALID
	X2.2	0,805	0,413	VALID
	X2.3	0,536	0,413	VALID
	X2.4	0,600	0,413	VALID
	X2.5	0,428	0,413	VALID
	X2.6	0,535	0,413	VALID
	X2.7	0,746	0,413	VALID
	X2.8	0,589	0,413	VALID

Pengetahuan Akuntansi	X3.1	0,923	0,413	VALID
	X3.2	0,892	0,413	VALID
	X3.3	0,939	0,413	VALID
	X3.4	0,910	0,413	VALID
	X3.5	0,846	0,413	VALID
	X3.6	0,727	0,413	VALID
	X3.7	0,891	0,413	VALID
	X3.8	0,770	0,413	VALID

Sumber: Data diolah 2022

Hasil uji validitas data pada variable (Y) kinerja UMKM yang terdiri dari 10 item pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut dilihat dari seluruh item pernyataan pada variabel kecerdasan spiritual memiliki nilai korelasi Pearson atau $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor atau nilai total (dinyatakan valid).

Uji Reabilitas

Tabel 2

No	Variabel	Cronbach Alpha	>/<	Hasil
1	Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Y)	0,906	0,7	Reliabel
2	E-Commerce (X ₁)	0,925	0,7	Reliabel
3	Budaya Organisasi (X ₂)	0,745	0,7	Reliabel
4	Pengetahuan Akuntansi (X ₃)	0,949	0,7	Reliabel

Sumber: data diolah 2022

Dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel karena nilai Cronbach Alpha (α) tiap variabel melebihi standar 0,70. Setiap item pernyataan kuesioner yang digunakan dapat memperoleh data yang konsisten. Artinya, apabila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Sehingga dapat dikatakan layak untuk diuji dalam mengukur variabel-variabel penelitian.

Statistik Deskriptif

Tabel 3

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KINERJA UMKM	80	30.00	50.00	44.0250	4.97583
E - COMMERCE	80	10.00	50.00	44.6500	6.28661
BUDAYA ORGANISASI	80	28.00	40.00	35.5750	2.33723
PENGETAHUAN AKUNTANSI	80	12.00	40.00	31.4625	6.34842
Valid N (listwise)	80				

Sumber: data diolah 2022

1. Variabel Kinerja UMKM (Y). memiliki nilai minimum 30 dan nilai maksimum adalah 50. Rata-rata yang diperoleh sebesar 44,02 dengan standar deviasi 4.976.
2. Variabel *E-Commerce* (X_1). Memiliki nilai minimum 10 dan nilai maksimum adalah 50. Rata-rata yang diperoleh sebesar 44,65 dengan standar deviasi 6.286.
3. Variabel Budaya Organisasi (X_2). Memiliki nilai minimum 21 dan nilai maksimum adalah 40. Rata-rata yang diperoleh sebesar 35,57 dengan standar deviasi 2.337.
4. Variabel Pengetahuan Akuntansi (X_3). memiliki nilai minimum 12 dan nilai maksimum adalah 34. Rata-rata yang diperoleh sebesar 31,46 dengan standar deviasi 6.348.

Uji Normalitas

Tabel 4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.84893094
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.064
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200^{c,d}

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 dan berada di atas taraf signifikansi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5

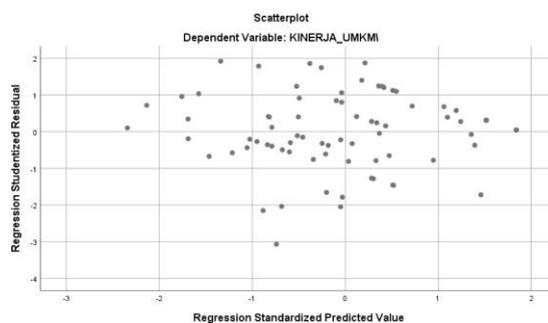
Model	Unstandardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Tolerance	VIF
(Constant)	10.616		
<i>E-Commerce</i>	.090	.949	1.053
Budaya Organisasi	.509	.807	1.240
Pengetahuan Akuntansi	.359	.811	1.234

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan tabel 5 dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidakterdapat masalah multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1



Sumber: data diolah 2022

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa tidak ada jalur yang jelas, serta titik yang menyebar di bawah dan di atas nol pada sumbu Y, sehingga tidak ada tanda heteroskedastisitas.

Analisis Linier Berganda

Tabel 6

Model	Unstandardized Coefficients
	B
Constant	10.616
E-Commerce	.090
Budaya Organisasi	.509
Pengetahuan Akuntansi	.359

Sumber: data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui model regresi yang dapat dibentuk antarvariabel-variabel yaitu:

$$Y = 10,616 + 0,90 X_1 + 0,509 X_2 + 0,359 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kinerja UMKM

X_1 : E-Commerce

X_2 : Budaya Organisasi

X_3 : Pengetahuan Akuntansi

e : error (variabel pengganggu)

Uji F

Tabel 7

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Signifikansi
Regression	785.623	3	261.874	17.006	.000 ^b

Sumber: data diolah 2022

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar 17,006. Nilai F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistic pada taraf signifikansi 0,05, df 1 (jumlahvariabel – 1) atau 3-1 = 2, dan df 2 = n-k-1 (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel bebas) atau 80-2-1 = 77. Di dapat nilai F_{tabel} sebesar 2,72. Sehingga F_{hitung} sebesar 17,006 > nilai F_{tabel} sebesar 2,72 artinya diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa model layak antara X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variable Y.

Uji T

Tabel 8

	T	Signifikansi
<i>E-Commerce</i>	1.250	.215
Budaya Organisasi	2.420	.018
Pengetahuan Akuntansi	4.643	.000

Sumber: data diolah 2022

Hipotesis pertama (H1) diketahui bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hipotesis tersebut ditolak karena nilai signifikansinya 0,215 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05. Kriteria selanjutnya, nilai t_{hitung} lebih kecil daripada t_{tabel} yaitu $1,250 < 1,991$ Hal ini berarti **H1 ditolak** karena tidak memenuhi kriteria.

Hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa pengaruh variabel budaya organisasi terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut diterima karena nilai signifikansinya 0,018 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Kriteria selanjutnya, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $2,420 > 1,991$ Hal ini berarti **H2 diterima** karena memenuhi kriteria.

Hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengetahuan akuntansi terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut diterima karena nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Kriteria selanjutnya, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $4,643 > 1,991$ Hal ini berarti **H3 diterima** karena memenuhi kriteria.

Koefisien Determinasi

Tabel 9

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 ^a	.402	.378	3.92416

Sumber: data diolah 2022

Diketahui nilai adjusted r square 0.378 atau 37.8 % yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X_1, X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y sebesar 37.8% dan sisanya 68.2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan dari data yang diolah oleh peneliti, hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini disebabkan oleh pemahaman yang minim dari para pelaku usaha untuk menggunakan *e-commerce* dan penggunaan yang belum maksimal, sehingga mengakibatkan belum adanya dampak yang positif terhadap omzet penjualan. Sedangkan 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. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Subagio & Saraswati, 2020) dan (Triandra et al., 2019) dengan hasil bahwa penggunaan *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawati et al., 2021) dan (Purnata & Suardikha, 2019) yang menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Purnata & Suardikha, 2019) menyatakan bahwa UMKM sudah memiliki dan menerapkan budaya organisasi yang sangat tinggi. Hal ini yang menjadikan variabel budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Pengaruh pengetahuan akuntansi terhadap UMKM. Berdasarkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Setiawati et al., 2021), (Lestari & Rustiana, 2019), dan (Abdillah et al., 2019). Dalam penelitian (Lestari & Rustiana, 2019) mengungkapkan bahwa pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh UMKM membuat peningkatan dalam kinerja UMKM, hal ini yang mendasari bahwa variabel ini berpengaruh. Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pemilik usaha kecil menengah akan banyak memberikan banyak manfaat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara empiris apakah e-commerce, budaya organisasi dan pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian yang menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan analisis linear berganda dengan jumlah data observasi sebesar 80 responden. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari jawaban pada kuesioner yang diisi oleh responden, dalam hal ini adalah UMKM yang berada di Pusat Industri Kecil Pulogadung, Jakarta Timur. Berdasarkan dan pembahasan pada BAB IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-Commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis pertama tidak diterima atau ditolak. Hipotesis ini diperoleh dari hasil uji signifikansi t, menyatakan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
2. Budaya Organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis kedua diterima. Hipotesis ini diperoleh dari hasil uji signifikansi t, menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
3. Pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Dengan demikian, hasil penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa hipotesis ketiga diterima. Hipotesis ini diperoleh dari hasil uji signifikansi t, menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti juga memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa keterbatasan yang dimiliki peneliti dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menggunakan *e-commerce*, budaya organisasi, dan pengetahuan akuntansi sebagai variabel independen.
2. Karena terbatasnya peneliti, penelitian ini hanya dilakukan di kawasan pusat industri kecil pulogadung.
3. Ketiga karena keterbatasan dalam waktu dan biaya, penelitian ini hanya memiliki 80 responden.

Saran

Penelitian ini tidak menutup kemungkinan munculnya kesalahan yang menyebabkan kesalahan dari hasil penelitian, sehingga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Berdasarkan keterbatasan yang telah dianalisis oleh peneliti, berikut saran-saran yang dapat menjadi acuan apabila ingin melanjutkan penelitian ini:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen guna mengetahui variabel lain dapat berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
2. Penelitian selanjutnya disarankan agar dapat memperluas wilayah populasi penelitian tidak hanya di Pusat Industri Kecil Pulogadung tetapi juga di UMKM lainnya yang terdapat di Jakarta, sehingga penelitian menjadi variatif.
3. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperbanyak jumlah responden agar hasil penelitian mewakili tindakan responden dan dapat disimpulkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2019). Pengaruh Strategi Bisnis, Kemampuan Manajerial dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku UMKM Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal OPTIMUM*, 9(2), 145–157.
- Agustin, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Umkm Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 8–18. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v1i1.4>
- Agustini, I. G. A. A. (2018). Pengaruh Motivasi Kerja, Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Serta Kinerja Perusahaan Pt. Erha Clinic Indonesia. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12, 2493. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i12.p02>
- Cookson, M. D., & Stirk, P. M. R. (2019). 濟無 *No Title No Title No Title*. 9–44.
- Dhyana Putra, I. G., & Asri Dwija Putri, I. G. A. M. (2020). Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Keuangan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 2078. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p14>
- ERMAWATI, N., & ARUMSARI, N. R. (2021). Sistem Informasi Akuntansi Pada Kinerja Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 23(1), 145–156. <https://doi.org/10.34208/jba.v23i1.973>
- Fahrianta, R. Y., & Chandra, M. (2013). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Kinerja Manajerial pada Perusahaan Dagang di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 14(1), 21–30.
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan*. 4(1), 152–161.
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Owner Dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang. *Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1(2), 67–80. <https://doi.org/10.24853/baskara.1.2.67-80>
- Nuvriasari, A., Wicaksono, G., & Sumiyarsih, S. (2018). Peran Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Terhadap Peningkatan Kinerja Ukm. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19(2), 241–259. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i2.88>
- Prasetyo, E. (2022). *Pengaruh E-Commerce , Pengetahuan Akuntansi , Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM*. 1(3), 370–383.
- 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, 296. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v28.i01.p12>
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Malang. *E-Jra*, 10(04), 37–46.

- Subagio, I. S., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Purbalingga. *Journal of Law, Economic, and English*, 2, 1–14.
- 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>
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh E-Commerce , Budaya Organisasi , Penggunaan Sistem UMKM di Kota Magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Universitas Tidar, September*, 287–300.