

**PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI, PEMAHAMAN *E-COMMERCE*, DAN *NETWORK RELATIONSHIP* TERHADAP  
KINERJA UMKM PADA KOTA YOGYAKARTA**



**SKRIPSI**

Oleh:

Nama: Anggita Pamularsi

Nomor Mahasiswa: 18312028

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI, PEMAHAMAN *E-COMMERCE*, DAN *NETWORK RELATIONSHIP* TERHADAP KINERJA  
UMKM PADA KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan oleh:

Nama: Anggita Pamularsi  
Nomor Mahasiswa: 18312028

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anggita Pamularsi

Nomor Mahasiswa : 18312028

Program Studi : Akutansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Akutansi, Pemahaman *E-Commerce*  
dan *Network Relationship* Terhadap Kinerja UMKM Pada  
Kota Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman dan sanksi apapun yang berlaku.

Yogyakarta, 10 Maret 2022  
Yang menyatakan,

  
(Anggita Pamularsi)

**PENGARUH PENGETAHUAN AKUNTANSI, PEMAHAMAN *E-COMMERCE*  
DAN NETWORK RELATIONSHIP TERHADAP KINERJA UMKM DI  
KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama: Anggita Pamularsi

No. Mahasiswa: 18312028

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 10 Maret 2022

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mahmudi', is written over a horizontal line.

(Dr. Mahmudi, M.Si, CMA, CA.)

## BERITA ACARA

### BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

#### SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman E-Commerce dan Network Relationship Terhadap Kinerja UMKM di Kota Yogyakarta

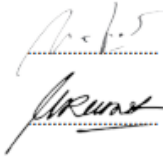
Disusun oleh : ANGGITA PAMULARSI

Nomor Mahasiswa : 18312028

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Rabu, 06 April 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Penguji : Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFra.



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Peneliti ucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan hidayah-NYA, sehingga proses penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Akutansi, Pemahaman *E-commerce* dan *Network Relationship* Terhadap Kinerja UMKM Pada Kota Yogyakarta”**, dapat saya selesaikan. Skripsi ini di buat untuk sebagai salah satu syarat peneliti dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Keberhasilan penulis dalam penyusunan skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan, bimbingan, masukan, dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan petunjuk, pencerahan, jalan keluar, kemudahan serta ridho dan kasih sayang yang tiada terkira kepada setiaphambannya, tak terkecuali kepada penulis.
2. Junjungan kita Nabi besar Muhammad Shallalu ‘Alaihi Wa Sallam.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Dr. Mahmudi, M.Si, CMA, CA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi sekaligus dosen pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing penulis dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Fasis Mangkuwibowo dan Martina Rining Rahayu, orang tua ku tercinta. Adikku Anindita Iswari tersayang dan seluruh keluarga besar Janti dan Warungboto yang selalu memberi dukungan dan do'a yang tiada pernah terputus.
7. Teman teman saya Bella, Hani, Retno, Anin, Epik, Dian, dan Femi serta teman kuliah kelas A yang telah memberi semangat penulis dalam penyusunan skripsi.
8. Serta seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Saran dan masukan yang bersifat perbaikan dan membangun, sangat penulis harapkan dari khalayak pembaca semuanya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penyusun pada khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Maret 2022

Penulis,

**(Anggita Pamularsi)**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
BERITA ACARA .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat penelitian.....	6
1.5 Sistematis penulisan.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Kajian Teori.....	8
2.1.1 Kinerja UMKM.....	8
2.1.2 Indikator Kinerja UMKM .....	10
2.1.3 Pengetahuan akuntansi.....	12
2.1.4 Indikator Pengetahuan Akuntansi .....	15
2.1.5 <i>E-commerce</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6 Indikator Pemahaman <i>E-commerce</i> .....	19
2.1.7 Network relationship.....	19
2.1.8 Indikator Network Relationship.....	22

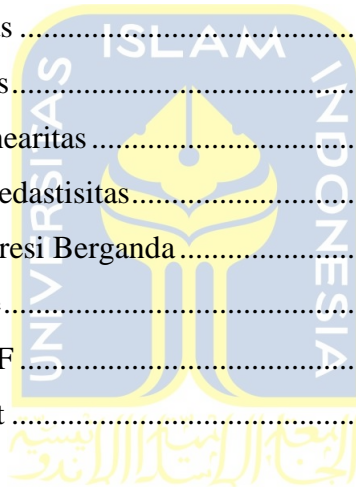


2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Hipotesis Penelitian.....	27
2.3.1	Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM..	27
2.3.2	Pengaruh Pemahaman <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM	28
2.3.3	Pengaruh <i>Network Relationship</i> terhadap kinerja UMKM.....	29
2.4	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III	METODE PENELITIAN .....	31
3.1	Populasi dan Sampel penelitian.....	31
3.2	Variabel penelitian.....	32
3.2.1	Variabel independen .....	32
3.2.2	Variabel dependen.....	34
3.2.3	Definisi variabel operasional .....	34
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Data Primer .....	38
3.3.2	Data Sekunder.....	38
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
3.4.1	Uji Validitas .....	39
3.4.2	Uji Reabilitas.....	40
3.5	Teknik Analisis Data .....	40
3.5.1	Statistika Deskriptif.....	41
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.5.3	Analisis Regresi Berganda.....	43
3.5.4	Uji Signifikansi Silmultan (Uji Statistik F).....	43
3.5.5	Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) .....	44
3.5.6	Koefisien Determinasi.....	44
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1	Karakteristik Responden .....	46
4.1.1	Jenis Kelamin.....	46
4.1.2	Usia .....	46

4.1.3 Pendidikan Terakhir.....	47
4.1.4 Lama Usaha.....	48
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	49
4.3 Uji Validitas.....	50
4.4 Uji Reliabilitas.....	53
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	53
4.5.1 Uji Normalitas.....	54
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	54
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.6 Analisis Regresi Berganda .....	56
4.7 Koefisien Determinasi (Uji <i>R Square</i> ).....	57
4.8 Uji Hipotesis.....	58
4.8.1 Uji Simultan (Uji Statistik F).....	58
4.8.2 Uji Parsial (Uji Statistik <i>t</i> ).....	58
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
4.9.1 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja UMKM ...	60
4.9.2 Pengaruh Pemahaman <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja UMKM	61
4.9.3 Pengaruh <i>Network Relationship</i> terhadap kinerja UMKM .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

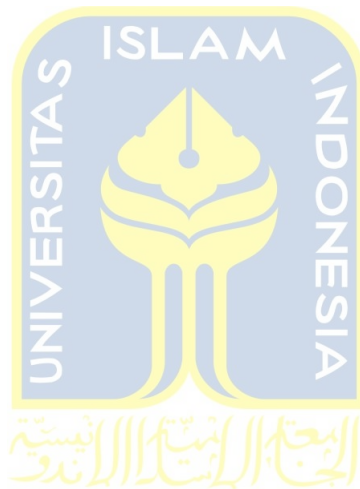
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Data Variabel Operasional .....	34
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia .....	47
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Usaha .....	48
Tabel 4. 5 Analisis Statistik Deskriptif .....	49
Tabel 4. 6 Uji Validitas .....	51
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4. 8 Uji Normalitas .....	54
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Berganda .....	56
Tabel 4. 12 Uji R Square .....	57
Tabel 4. 13 Uji Statistik F .....	58
Tabel 4. 14 Uji Statistik t .....	59



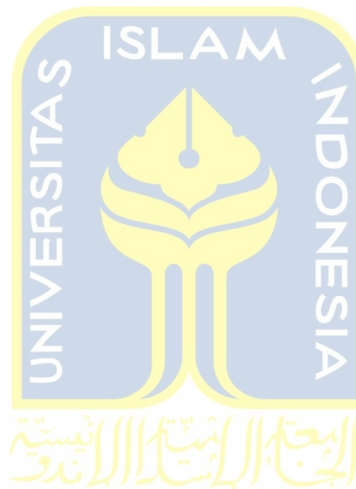
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
-------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	69
Lampiran 2. Data Responden.....	75
Lampiran 3. Validitan Reliabilitas .....	89
Lampiran 4. Karakteristik Responden.....	104
Lampiran 5. Analisis Regresi Berganda .....	106
Lampiran 6. Permohonan Ijin Penelitian .....	110
Lampiran 7. Dokumentasi.....	114



## ABSTRAK

Selain pengetahuan akuntansi, pelaku UMKM juga harus memahami adanya pasar elektronik atau *e-commerce* untuk kemajuan dan perkembangan bisnis yang dijalankan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce* dan *network relationship* terhadap kinerja UMKM pada kota Yogyakarta. Sampel penelitian sejumlah 96 orang pelaku UMKM di kota Yogyakarta. Variabel bebas (X) pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, *network relationship* serta variabel terikat (Y) kinerja UMKM dijadikan sebagai objek penelitian. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner angket. Teknik analisis data meliputi: uji coba instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian: (1) Pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (2) Pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (3) *Network relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

**Kata kunci:** Akuntansi, *E-commerce*, *Network Relationship*, Kinerja UMKM.

## ABSTRACT

*In addition to accounting knowledge, MSMEs must also understand the existence of electronic or e-commerce markets for the progress and development of business. This research aims to analyze the influence of accumulative knowledge, understanding of e-commerce and network relationships on the performance of MSMEs in the city of Yogyakarta. A sample of 96 MSMEs in the city of Yogyakarta. Free variable (X) knowledge of incision, understanding of e-commerce, network relationship and bound variable (Y) performance of MSMEs are used as research objects. The research instrument uses questionnaire questionnaires. Data analysis techniques include: instrument trials, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regressions, and hypothesis tests. Research results: (1) Accounting knowledge has a positive and significant effect on the performance of MSMEs (2) Understanding e-commerce has a positive and significant effect on the performance of MSMEs. (3) Network relationships have a positive and significant effect on the performance of MSMEs.*

**Keywords:** Accounting, *E-commerce*, *Network Relationship*, MSME Performance.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang usaha yang konsisten dalam perekonomian nasional. Keberlanjutan perekonomian Negara dipengaruhi oleh sektor UMKM yang memiliki peranan besar dan selalu mengalami perkembangan. Hingga pada saat ini UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta dapat membantu pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran. Pada UMKM, biasanya pelaku usaha adalah pemilik atau pengelola usaha yang bertanggungjawab penuh terhadap usaha yang dijalankan, sehingga harus memiliki ilmu, keahlian, kemampuan untuk mengatasi berbagai kendala yang mungkin timbul dalam usahanya. Menurut Deliana *et al.* (2020), kendala utama yang sering dialami UMKM yaitu terkait struktur permodalan dan keterbatasan kemampuan dalam mengelola keuangan usaha, sehingga UMKM menghasilkan keuntungan yang tidak dicatat dengan benar. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya pengetahuan akuntansi yang dimiliki pelaku UMKM dan dapat mengakibatkan UMKM tidak berkembang secara optimal.

Permasalahan yang biasanya dialami oleh pelaku UMKM sendiri biasanya yaitu tidak dapat memisahkan antara pengelolaan uang untuk usaha dengan pribadi, sehingga tidak jelas keuntungan yang didapat oleh usahanya. Hal ini dikarenakan pelaku UMKM

sendiri tidak memahami dengan baik pembukuan yang baik itu seperti apa. Pelaku UMKM pun ketika melakukan usahanya secara tradisional hanya mempunyai pasar yang terbatas. Hal ini pun dikarenakan kurang dalam memahami teknologi sehingga tidak dapat melakukan usahanya dengan maksimal. Sebenarnya ketika pelaku UMKM tersebut dapat memaksimalkan teknologi yang dipunyai, ia dapat mencakup pasar yang jauh lebih luas dengan menjalin kerjasama dengan *e-commerce*. Hal positif lainnya pun dapat mempunyai berbagai koneksi yang dapat berbagi informasi maupun kerjasama dalam usaha mereka

Pengetahuan akuntansi mengacu pada pengetahuan konseptual dan ketrampilan seseorang untuk memberikan informasi akuntansi kepada pemangku kepentingan (Alimbudiono, 2020). Pengetahuan akuntansi dapat tercermin melalui perlakuan pelaku usaha atau manajer dalam mengelola keuangan usaha. Menurut Zayed & Sinha (2019), pengetahuan akuntansi sangat penting bagi organisasi atau perusahaan yang berorientasi pada laba atau nirlaba. Pengetahuan akuntansi UMKM memiliki manfaat untuk mempermudah pelaku usaha melakukan pencatatan akuntansi guna mengatui modal yang dimiliki serta pendapatan yang diperoleh. Selain itu, pengetahuan akuntansi yang dimilikipelaku usaha juga berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan. Pengetahuan akuntansi sangat dibutuhkan dalam mencapai suatu kinerja yang professional (Andhika & Damayanti, 2017). Semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM, maka akan berdampak pada kinerja usaha. Hasil penelitian Setiawati, Marwadi dan Diana, (2021) menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian



Syabila *et al.* (2021) juga menunjukkan hasil bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

Selain pengetahuan akuntansi, pelaku UMKM juga harus memahami adanya pasar elektronik atau *e-commerce* untuk kemajuan dan perkembangan bisnis yang dijalankan. *E-commerce* ialah fenomena yang sering digunakan dalam kegiatan bisnis. *E-commerce* dianggap sebagai platform untuk berinteraksi dengan mitra bisnis lain yang mengarah kepada kegiatan perusahaan (Hussain *et al.*, 2020). Adanya *e-commerce* mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan, layanan baru, pangsa baru, model bisnis baru, dan mampu memperluas bisnis yang dijalankan agar dapat bersaing di pasar global. Pemanfaatan *e-commerce* akan berdampak pada peningkatan kinerja karena *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pertumbuhan pendapatan.

Hasil penelitian Sedighi & Sirang (2018) menunjukkan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Namun penelitian yang dilakukan Hariandi *et al.* (2019) menunjukkan hasil bahwa *e-commerce* tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha. Berdasarkan survey *sea insight*, diketahui 54 persen pelaku UMKM menggunakan media sosial dan mengadopsi *e-commerce*, sehingga rata-rata pendapatan UMKM mengalami peningkatan. Data Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2020 menunjukkan produk *fashion* dan kecantikan sebesar 25 persen, kemudian disusul produk rumah tangga sebesar 6,5 persen, produk elektronik sebesar 6,4 persen, dan selebihnya tiket sebesar 4,4 persen (wartajogja.id, 2021). kegiatan dalam *e-commerce* sebenarnya tidak mengharuskan para pemasok, agen, dan produsen untuk membuat *website*. Namun, banyak cara yang dapat dilakukan

untuk mencari dan menawarkan barang dan jasa selain dengan *website*, yaitu bisa menggunakan blog, situs pertemanan, dan situs lainnya. Situs pertemanan dalam hal ini berkaitan dengan hubungan jaringan atau *network relationship* yang dibangun oleh pelaku UMKM.

Menurut Lin & Lin (2015), *network relationship* atau hubungan jaringan merupakan faktor penting untuk meningkatkan kinerja usaha. Pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal yang kuat antara pengusaha menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk menghadapi mitra yang mewakili sumber daya pelengkap untuk mengakses pengetahuan dan teknologi. Selain itu, jaringan usaha mampu mengimbangi kelemahan perusahaan, mengurangi biaya transaksi dan risiko, serta bertukar pengetahuan dan kemampuan. *Network relationship* dapat memperkuat mitra individu serta jaringan itu sendiri dan dapat menghubungkan berbagai orang dengan organisasi serta memungkinkan pertukaran sumber daya. Oleh karena itu, hubungan jaringan dianggap sebagai penentu penting kinerja perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Lin & Lin (2015) yang menunjukkan hasil bahwa *network relationship* memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha.

Kinerja perusahaan merupakan prestasi kerja perusahaan (Deliana *et al.*, 2020). Kinerja mencerminkan pertumbuhan perusahaan dari suatu kegiatan yang diukur dengan standar tertentu. Kinerja perusahaan dapat meningkat apabila pelaku usaha mampu mengelola usaha dengan mengimplementasi pengetahuan yang dimiliki dalam hal pengambilan keputusan. Perusahaan atau pelaku UMKM dapat meningkatkan keahlian dan kemampuan yang dimiliki untuk mengelola usaha agar tidak mengalami

kegagalan. Tidak hanya pengetahuan akuntansi, pelaku usaha juga perlu memiliki strategi usaha untuk memasarkan produk dengan mengadopsi *e-commerce* dan memperluas jaringan bisnis agar dapat meningkatkan kinerja usaha. Pada penelitian ini teori yang akan digunakan yaitu teori atribusi. Teori ini menjelaskan mengenai penyebab serta akibat yang terjadi dikarenakan suatu tindakan yang telah dilakukan. Kinerja UMKM disini berperan sebagai akibat dari tindakan yang telah dilakukan oleh pelaku UMKM dari faktor pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *networking relationship*.

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pengaruh pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

## **1.2 Rumusan masalah**

Bedasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah pemahaman *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah *network relationship* berpengaruh terhadap kinerja UMKM?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Bedasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan akuntansi terhadap kinerja UMKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh pemahaman *e-commerce* terhadap kinerja UMKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh *network relationship* terhadap kinerja UMKM

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. **Manfaat Teoritis**
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang pengetahuan akuntansi, *e-commerce*, dan jaringan bisnis terhadap kinerja usaha.
  - b. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan informasi untuk penelitian selanjutnya.

2. **Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi UMKM dalam meningkatkan kinerja usaha melalui pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship*

#### **1.5 Sistematis penulisan**

Sistematika penelitian ini akan memberikan gambaran mengenai isi skripsi yang meliputi:

#### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan penelitian.

## **BAB II Kajian Pustaka**

Bab ini berisi landasan teori berupa penjabaran teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran penelitian yang akan diteliti, serta hipotesis yang timbul dari kerangka tersebut.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini menjelaskan mengenai populasi dan sampel penelitian, jenis sumber data yang digunakan, metode dalam mengumpulkan data, definisi operasional penelitian setiap variable, metode analisis dalam pengolahan data, dan terakhir menjelaskan pengujian hipotesis.

## **BAB IV Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan penelitian.

## **BAB V Kesimpulan dan Saran**

Bab ini menjelaskan tentang simpulan penelitian serta saran bagi peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Teori Atribusi**

Teori atribusi ini adalah teori yang menerangkan mengenai tata perilaku seseorang seperti bagaimana proses penentuan mengenai motif serta penyebab perilaku dari individu. Menurut Fritz Heider yang pertama kali mencetuskan teori ini, teori atribusi ditentukan bahwa perubahan perilaku seseorang tersebut berasal dari internal seperti karakter, sifat serta sikap atau sebaliknya eksternal seperti tekanan atau keadaan tertentu yang dapat memberikan dampak pada perilaku seseorang. Pada teori ini pula dijelaskan mengenai pemahaman atas reaksi pada keadaan yang terjadi di sekitar mereka, dengan menyelidiki alasan mengapa mereka melakukan hal tersebut.

Teori atribusi dapat menjelaskan perilaku yang berkaitan dengan karakteristik seseorang, sehingga dapat dikatakan ketika perilaku atau sikap individu tersebut sudah diketahui maka kita dapat memperkirakan perilaku seseorang tersebut dalam menghadapi suatu persoalan tertentu. Maka dari itu, teori ini dipilih untuk digunakan sebagai dasar analisis peneliti dikarenakan dapat menjelaskan sebab akibat dari tindakan yang telah dilakukan.

### 2.1.2 Kinerja UMKM

Kinerja adalah hasil kerja yang dicapai oleh seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang diberikan berdasarkan keterampilan, pengalaman, keseriusan, dan waktu (Deliana *et al.*, 2020) . Kinerja merupakan alat untuk mengukur seberapa efektif dan efisien manajemen bekerja untuk mencapai tujuan organisasi (Putri *et al.*, 2020).

Menurut Putri *et al.* (2020), kinerja seseorang dipengaruhi dari beberapa faktor sebagai berikut:

1. Faktor pribadi

Faktor pribadi meliputi keahlian, komitmen, kepercayaan diri, dan motivasi.

2. Faktor kepemimpinan

Faktor kepemimpinan yaitu keberanian seseorang dalam memberikan semangat untuk memimpin

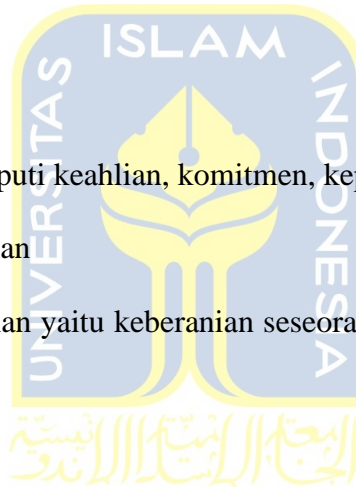
3. Faktor kelompok

Faktor kelompok berkaitan dengan sistem pekerjaan dan fasilitas yang disediakan.

4. Faktor situasional

Faktor situasional berkaitan dengan adanya perubahan suasana internal atau eksternal

Sementara itu, kinerja perusahaan adalah prestasi kerja perusahaan (Deliana *et al.*, 2020). Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan usaha disertai dengan perubahan lingkungan pasar yang meliputi



pelanggan, pesaing, dan kekuatan lain yang dapat mengubah cara kerja bisnis (Rekarti & Doktoralina, 2017).

Kinerja perusahaan merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan (Hanum & Sinarasri, 2018). Kinerja perusahaan merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan melalui pemanfaatan berbagai sumber daya yang dimiliki (Ismanu & Kusmintarti, 2019). Kinerja perusahaan mengacu pada pangsa pasar, profitabilitas perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan dimana profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan dianggap sebagai elemen penting dari kinerja usaha. Menurut Hussain *et al.* (2020), kinerja perusahaan dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai bisnis dalam suatu perekonomian. Kinerja perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan manfaat dari asset, ekuitas, dan utang.

### **2.1.3 Indikator Kinerja UMKM**

Kore dan Septarini (2018) menjelaskan bahwa tingkat keberhasilan kinerja UMKM tercermin dari beberapa indikator penilaian keberhasilan kinerja suatu usaha, yaitu:

- a. Tingkat pertumbuhan penjualan/omset penjualan yang meningkat Pertumbuhan penjualan dimasa yang akan datang dapat diprediksi melalui keberhasilan investasi periode masa lalu. Pertumbuhan penjualan menggambarkan penerimaan pasar atas produk atau jasa perusahaan yang diharapkan mempengaruhi kemampuan mempertahankan usaha. Pendapatan yang



meningkat dipengaruhi oleh peningkatan kinerja usaha serta pertumbuhan usaha yang tinggi.

b. Tingkat pertumbuhan modal/financial yang meningkat

Tingkat perubahan modal untuk kegiatan usaha jika dibandingkan dengan jumlah modal yang digunakan pada periode sebelumnya merupakan definisi pertumbuhan modal. Modal usaha terdiri dari modal sendiri dan modal eksternal. Peningkatan laba merupakan salah satu peran penting modal, sehingga pertumbuhan modal yang tinggi akan meningkatkan kinerja perusahaan. Pertumbuhan modal diukur dari prosentase perubahan modal periode sekarang dengan periode sebelumnya yang digunakan dalam kegiatan usaha baik berupa modal sendiri maupun modal eksternal.

c. Tingkat pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi

Tenaga kerja adalah orang yang bekerja pada pemilik usaha untuk menjalankan setiap aktivitas yang ada dalam perusahaan. Semakin besar perusahaan, semakin banyak aktivitas dalam perusahaan, sehingga semakin banyak tenaga kerja yang dipakai oleh perusahaan. Oleh karena itu, pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi mencerminkan kinerja usaha yang dimiliki semakin bagus. Pertumbuhan tenaga kerja diukur dari prosentase perubahan tenaga kerja yang dimiliki periode sekarang dengan periode sebelumnya.

d. Tingkat pertumbuhan pasar yang luas

Pertumbuhan pasar mencerminkan tingkat perubahan penerimaan pasar atas produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan pasar akan meningkatkan tingkat pengembalian investasi, sehingga kinerja perusahaan menjadi lebih baik. Pertumbuhan pangsa pasar dapat diketahui melalui pendekatan permintaan dan pendekatan penawaran. Pendekatan permintaan dianalisis dari sasaran konsumen, jumlah konsumen, jumlah kebutuhan, dan total kebutuhan per tahun. Sedangkan pendekatan penawaran diketahui melalui kemampuan wirausaha dalam membuat suatu produk/barang.

e. Tingkat pertumbuhan laba/keuntungan yang terus meningkat

Pendapatan diatas biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan adalah laba. Perusahaan agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha harus melakukan suatu kegiatan usaha untuk mendapatkan laba yang maksimal. Oleh karena itu, tingkat pertumbuhan laba yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan semakin baik. Pertumbuhan laba dapat diukur melalui prosentase perubahan perolehan laba periode sekarang dengan periode sebelumnya.

#### **2.1.4 Pengetahuan akuntansi**

Pengetahuan akuntansi didefinisikan sebagai suatu kebenaran atas informasi mengenai pencatatan, pengelompokan, dan pengikhtisaran kejadian ekonomi untuk pengambilan keputusan (Setiawati *et al.*, 2021). Pengetahuan akuntansi adalah seperangkat ilmu yang tersusun secara sistematis tentang seni pencatatan, penggolongan, dan peringkasan transaksi serta kejadian bersifat keuangan dalam bentuk satuan uang yang menginterpretasikan hasil berupa informasi kuantitatif untuk

pengambilan keputusan ekonomi sebagai dasar dalam memilih berbagai alternatif (Sitorus, 2017). Pengetahuan akuntansi adalah informasi yang mencerminkan kondisi suatu entitas ekonomi dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang prosesnya dilakukan dengan beberapa tahap yaitu identifikasi, pencatatan, dan komunikasi (Syabila *et al.*, 2021). Pengetahuan akuntansi merupakan komponen penting dalam suatu usaha yang dapat memberikan informasi dalam menjalankan suatu entitas bisnis.

Pengetahuan akuntansi dipahami sebagai ilmu mengenai sistem yang menghasilkan laporan keuangan yang digunakan oleh pihak berkepentingan. Informasi laporan keuangan tersebut meliputi aktivitas ekonomi dan kondisi real entitas bisnis yang dapat dijadikan sebagai pedoman bisnis untuk menilai suatu kinerja. Menurut Sitorus (2017), pengetahuan akuntansi tidak hanya perlu dimiliki oleh manajer atau pemilik usaha saja, tetapi juga harus dimiliki oleh para pemangku kepentingan terhadap pemilik bisnis. Pengetahuan akuntansi memiliki andil besar dalam kemajuan usaha yang dikelola. Pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pelaku usaha kecil menengahkan banyak memberikan manfaat dalam penggunaan informasi akuntansi. Motivasi untuk mempelajari tentang pengetahuan akuntansi akan meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam menerapkan akuntansi pada perusahaan.

Pengetahuan akuntansi mengacu pada pengetahuan konseptual dan keterampilan seseorang untuk memberikan informasi akuntansi kepada pemangku kepentingan (Alimbudiono, 2020). Secara keseluruhan, pengetahuan akuntansi dikategorikan menjadi lima bidang utama antara lain akuntansi keuangan, akuntansi

manajemen, sistem informasi akuntansi, *auditing*, dan perpajakan. Manfaat pengetahuan akuntansi bagi perusahaan antara lain mengetahui besarnya modal yang dimiliki, mengetahui perkembangan perusahaan, sebagai dasar untuk perhitungan pajak, menjelaskan keadaan perusahaan sewaktu-waktu membutuhkan kredit bank atau pihak lain, sebagai dasar untuk menentukan kebijakan, dan menarik minat investor saham jika perusahaan berbentuk perseroan terbatas (Tambunan, 2019).

Menurut Andhika dan Damayanti (2017), pengetahuan akuntansi sangat dibutuhkan dalam mencapai suatu kinerja yang professional, sehingga peranan akuntansi memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan. Proses belajar mengenai akuntansi akan meningkatkan pengetahuan akuntansi pelaku usaha, sehingga pemahaman pelaku usaha untuk menerapkan informasi akuntansi akan semakin meningkat. Adanya pengetahuan akuntansi yang baik, pelaku usaha memahami pentingnya keberadaan informasi akuntansi dalam suatu usaha. Semakin tinggi tingkat pengetahuan akuntansi yang dimiliki pelaku usaha, maka akan berpengaruh pada niat untuk melakukan pencatatan akuntansi.

Pengetahuan akuntansi dapat tercermin melalui perlakuan pemilik usaha atau manajer dalam mengelola keuangan perusahaan. Salah satu kegagalan manajemen merupakan faktor dari pelaku usaha yang memiliki pengetahuan akuntansi rendah sehingga sulit untuk menentukan kebijakan yang diambil (Sitorus, 2017). Rendahnya pengetahuan akuntansi dapat menyebabkan usaha kecil menengah mengalami kegagalan karena pelaku usaha kurang memahami proses akuntansi dalam perkembangan bisnis. Kurangnya pengetahuan akuntansi bagi pelaku usaha pada

dasarnya dapat menyebabkan beberapa masalah seperti bangkrutnya usaha yang dijalankan. Selain itu kecurangan atau manipulasi data yang berdampak pada pengambilan keputusan yang salah dapat terjadi (Putri *et al.*, 2020)

### **2.1.5 Indikator Pengetahuan Akuntansi**

Menurut Lestari dan Rustiana (2019) pengetahuan Akuntansi memiliki indikator sebagai berikut :

1) Pengetahuan deklaratif.

Pengetahuan deklaratif menggambarkan pengetahuan tentang fakta- fakta serta berlandaskan konsep. Pengetahuan deklaratif bisa dicapai dengan metode menghafal maupun memahami dalam wujud pernyataan seperti definisi, konsep, serta rumus. Contoh pengetahuan deklaratif adalah seseorang mengetahui siklus akuntansi serta persamaan akuntansi.

2) Pengetahuan prosedural,

Pengetahuan prosedural menggambarkan pengetahuan yang tidak berubah-ubah dengan aturan-aturan ataupun standar akuntansi yang berlaku, umumnya bergantung pada pengalaman. Contohnya pengetahuan prosedural ialah seseorang sanggup menyusun laporan keuangan.

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. Oleh karena itu, pengetahuan akuntansi dalam penelitian ini akan diukur menggunakan indikator pengetahuan deklaratif dan prosedural.

### 2.1.6 *E-commerce*

Menurut Sarastyarini dan Yadnyana (2018), *e-commerce* adalah proses menjual dan membeli barang atau jasa secara elektronik yang melibatkan transaksi dengan menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lainnya. Menurut Setiawati *et al.* (2021) *e-commerce* adalah sistem untuk jual beli serta memasarkan produk elektronik. *E-commerce* merupakan penyelenggaraan perdagangan dalam wujud penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, serta promosi sesuatu produk barang ataupun jasa yang dilakukan dengan menggunakan komputer serta sarana komunikasi elektronik, telekomunikasi digital, serta informasi memanfaatkan jaringan internet (Suhada *et al.*, 2021).

Secara umum, *e-commerce* merupakan fenomena yang akrab dalam kegiatan bisnis. *E-commerce* dianggap sebagai *platform* untuk berinteraksi dengan mitra bisnis lain yang mengarah pada kinerja perusahaan (Hussain *et al.*, 2020). Pemanfaatan *e-commerce* telah mengubah banyak hal dalam bisnis seperti cara penjualan, pembelian, dan komunikasi keseluruhan mitra bisnis untuk mengubah perspektif bisnis dari keunggulan produksi menjadi keintiman pelanggan. Menurut Hussain *et al.* (2020), pemanfaatan *e-commerce* akan berdampak pada peningkatan kinerja karena *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pertumbuhan penjualan, laba, pengembalian asset, tingkat kepuasan pelanggan, kinerja keuangan secara keseluruhan, tingkat loyalitas pelanggan, dan karyawan. *E-commerce* mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan, layanan baru, pangsa baru, model bisnis baru, dan mampu memperluas bisnis yang dijalankan agar dapat bersaing di pasar global.

Menurut Hanum *et al.* (2018), penggolongan *e-commerce* dibedakan berdasarkan tipe-tipe sebagai berikut.

1. *Business to business (B2B)*

*Business to business* merupakan model *e-commerce* dimana pelaku bisnis adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya yaitu antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.

2. *Business to consumer (B2C)*

*Business to consumer* merupakan model *e-commerce* adalah Ketika pelaku bisnis pihak penjual atau penyedia jasa *e-commerce* terlibat langsung dengan individual atau pembeli.

3. *Consumer to consumer (C2C)*

*Consumer to consumer* adalah model *e-commerce* individual atau perorangan. Penjual dan individual lain sebagai pembeli saling berinteraksi dan bertransaksi langsung. Konsep *e-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs lelang secara *online*.

4. *Consumer to business (C2B)*

*Consumer to business* adalah model *e-commerce* di mana Ketika pelaku bisnis individual atau perorangan dan beberapa perusahaan melakukan interaksi serta transaksi.

*E-commerce* sebagai teknologi informasi dapat digunakan oleh perusahaan skala besar maupun kecil untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperkenalkan produk yang dimiliki kepada konsumen baru tanpa kendala jarak dan waktu (Hariandi

*et al.*, 2019). Membangun *website* sebenarnya tidak diharuskan dalam kegiatan *e-commerce*. Namun, banyak cara yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk meawarkan produk atau jasa serta mencari barang selain dengan *website* yaitu bisa menggunakan situs pertemanan, *social media*, blog dan situs lainnya. Proses membeli, menjual, mentransfer atau bertukar produk, jasa serta informasi melalui jaringan computer merupakan gambaran dari kegiatan *e-commerce* (Sarastyarini & Yadnyana, 2018). Keberadaan internet dan berbagai teknologi di bidang telekomunikasi telah mengubah banyak hal, sehingga perusahaan dengan skala kecil dan menengah harus mampu bersaing serta menjaga kelangsungan usaha dengan melakukan perubahan implementasi pada pasar elektronik atau *e-commerce* (Suhada *et al.*, 2021).

Berdasarkan cara memanfaatkan peluang, hingga pada saat ini *e-commerce* merupakan solusi efektif bagi perusahaan khususnya *small bussiness* yang ingin menembus pasar global pada akhirnya akan meningkatkan daya saing ekonomi nasional (Sarastyarini & Yadnyana, 2018). *E-commerce* menguatkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis. *E-commerce* juga dapat meningkatkan kecepatan dan ketepatan informasi serta dapat membantu menekan biaya operasional kantor. Selain itu, *e-commerce* dapat memikat interaksi konsumen dengan pelaku usaha secara global yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan (Hussain *et al.*, 2020). Pemahaman terhadap *e-commerce* menjadi hal sangat penting untuk mempertimbangkan faktor organisasi dan lingkungan demi keberhasilan penggunaan teknologi pada suatu bisnis.



### **2.1.7 Indikator Pemahaman *E-commerce***

Menurut Lovita & Susanty (2021), pemahaman *e-commerce* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Pemasaran, UMKM dapat memahami bahwa *e-commerce* dapat menjadi tempat promosi produk dan jasa UMKM yang memiliki peluang untuk dilihat oleh konsumen secara global.
2. Penjualan, UMKM dapat memahami bahwa lebih mudah untuk melakukan penjualan secara baik dan menyeluruh sampai daerah perdalaman dengan *e-commerce*.
3. Pelayanan, UMKM dapat memahami bahwa *e-commerce* memberikan pelayanan (*supports and services*) yang prima sehingga mempertinggi atau meningkatkan loyalitas konsumen.
4. Pembayaran, UMKM dapat memahami bahwa pembayaran dalam *e-commerce* adalah pembayaran web, elektrik, *fund*, transfer dan pembayaran yang aman.
5. Manajerial, UMKM dapat memahami bahwa *e-commerce* mempermudah pekerjaan sistem manajerial seperti, sistem manajemen inventori otomatis.

### **2.1.8 Network Relationship**

*Network* atau jaringan didefinisikan sebagai hubungan yang dibentuk oleh perusahaan atau organisasi berbasis ekonomi kreatif dengan pihak lain dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (N Huda & Munandar, 2021). *Network* adalah hubungan yang terpola di antara faktor-faktor yang bertindak sebagai individu, kelompok, maupun organisasi (Nurul Huda & Syamsinirwani, 2019). *Network*

merupakan sarana penting untuk mengatasi sumber daya dan kekurangan kemampuan serta meningkatkan kemungkinan keberhasilan perusahaan (Lin & Lin, 2015). *Network* memiliki beberapa manfaat termasuk meminimalkan biaya transaksi, kekuatan pasar yang lebih besar, risiko bersama, dan akses yang lebih baik pada sumber daya utama seperti modal dan informasi. Selain itu, *network* memiliki kompleksitas yang timbul dari kerjasama dan koordinasi dua atau lebih banyak mitra seperti konflik tujuan, kurangnya kepercayaan dan pemahaman perbedaan budaya, serta perselisihan pembagian kendali.

Menurut Lin & Lin (2015), *network relationship* atau hubungan jaringan dikatakan sebagai faktor penting untuk meningkatkan kinerja usaha. Pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal yang kuat antar pengusaha menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk menghadapi globalisasi dan persaingan. Jaringan mampu meningkatkan interaksi diantara mitra yang mewakili sumber daya pelengkap untuk mengakses pengetahuan dan teknologi. Jaringan juga mampu untuk mengimbangi kelemahan perusahaan, mengurangi biaya transaksi dan risiko, serta bertukar pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, hubungan jaringan dianggap sebagai penentu penting kinerja perusahaan. Hubungan jaringan dapat memperkuat mitra individu serta jaringan itu sendiri. Sementara itu, jaringan dapat menghubungkan berbagai orang dan organisasi serta memungkinkan pertukaran sumber daya.

Lin dan Lin (2015) menyatakan *network relationship* terdiri dari lima faktor sebagai berikut:

1. Berbagi pengetahuan (*sharing knowledge*)

Berbagi pengetahuan mengarah pada pertumbuhan yang lebih tinggi dan mampu meningkatkan kinerja usaha. *Network relationship* pada dasarnya merangsang berbagi pengetahuan untuk mengatasi keterbatasan kapasitas belajar serta menyediakan gabungan informasi dan keterampilan. Perusahaan dapat memanfaatkan pengetahuan yang diberikan oleh mitra untuk menciptakan dan mengkomersialkan pengetahuan serta keterampilan.

2. Mempercepat inovasi (*accelerating innovation*)

Keberhasilan perusahaan dibandingkan dengan pesaing pada dasarnya terletak pada kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan jaringan eksternal yang lebih efisien. Beberapa perusahaan memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan seluruh proses inovasi secara individual, sehingga hal ini mendorong perusahaan untuk berkolaborasi dengan perusahaan lain agar mempererat hubungan jaringan dan dapat mempercepat proses inovasi.

3. Mengurangi biaya transaksi (*reducing transaction cost*)

Berbagai penelitian menunjukkan adanya manfaat hubungan kolaborasi dalam hal pengurangan biaya transaksi atau efisiensi rantai pasokan yang lebih tinggi (Olsen *et al.*, 2012). Hubungan jaringan dapat meningkatkan kepercayaan di antara perusahaan yang berkolaborasi dan dapat mengurangi biaya transaksi.

4. Mendapatkan reputasi yang lebih baik (*gaining a better reputation*)

Alasan utama adanya hubungan jaringan antar perusahaan yaitu untuk mendapatkan reputasi dan visibilitas. Jaringan perusahaan dapat dengan cepat mengatur pertemuan untuk merencanakan produksi. Hal ini berkaitan dengan

reputasi perusahaan dan kepercayaan yang dimiliki pemasok dalam membuat pesanan lebih baik. Perusahaan menggunakan hubungan jaringan untuk memanfaatkan kemitraan dengan perusahaan lain dan untuk mendapatkan reputasi yang lebih baik.

5. Menciptakan peluang pasar baru (*creating new market opportunities*)

Perusahaan menggunakan hubungan jaringan untuk memfasilitasi hubungan internasional serta untuk mempercepat dalam menemukan peluang bisnis dan pasar baru. Hubungan jaringan berkontribusi pada keberhasilan perusahaan dengan membantu mengidentifikasi peluang pasar dan untuk membangun pengetahuan pasar.

*Network relationship* dapat dikaitkan dengan semua hubungan dalam keseluruhan jaringan personal yang ada dan dijaga oleh para manajer perusahaan untuk menemukan peluang-peluang yang dapat dimanfaatkan di masa depan. Menurut Huda dan Syamsinirwani (2019), Aliansi stratejik, *joint ventures*, pengaturan lisensi, *subcontracting*, kegiatan kerjasama R&D, dan pemasaran merupakan bentuk dari jaringan.

### **2.1.9 Indikator Network Relationship**

Indikator *network relationship* diukur berdasarkan penelitian Lin & Lin (2015) yang membagi *network relationship* sebagai berikut:

1. *Long-Term Network Relationship*, menunjukkan bahwa UMKM cenderung memiliki hubungan jangka panjang dengan mitra untuk membangun

kepercayaan, berbagi peluang pasar dan pengetahuan, dan mengurangi biaya transaksi.

2. *Project Type Network Relationship*, perilaku jaringan adalah orientasi tugas dan berusaha memperdalam hubungan dengan mitra, sehingga menghasilkan efek positif pada kinerja perusahaan.
3. *Short-Term Network Relationship*, mengumpulkan perusahaan yang cenderung menghasilkan produk baru, berbagi risiko dan keuntungan dengan mitra, dan memiliki sikap mengambil risiko.
4. *Team Type Network Relationship*, lokasi titik ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan konten jaringan dan hubungan jaringan yang rendah akan berlokasi di tepi plot. Perusahaan-perusahaan di pada tahap hubungan ini menunjukkan bahwa jaringan meningkatkan reputasi dan kepercayaan perusahaan dan meningkatkan niat beli pelanggan.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

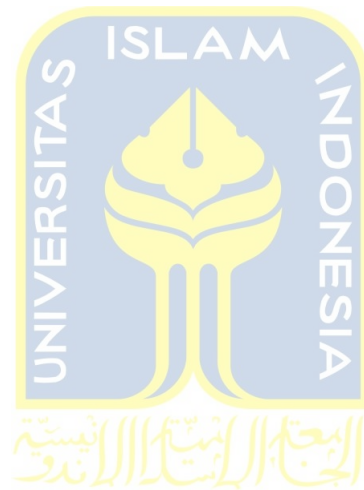
Penelitian terdahulu berisi tentang penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menjadi referensi bagi penelitian ini. Dari beberapa penelitian tersebut terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kinerja UMKM di antaranya *e-commerce*, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi, karakteristik wirausaha, ketidakpastian lingkungan, keunggulan kompetitif, jejaring wirausaha, *network relationship*, dan sebagainya yang disajikan pada Tabel 2.1.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Identitas Jurnal	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
1	Setiawati, Diana, dan Mawardi (2021)  Pengaruh <i>E-commerce</i> , Pengetahuan Akuntansi, dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang	Variabel Independen: - <i>E-commerce</i> - Pengetahuan akuntansi - Budaya organisasi	Variabel Dependen: - Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah dipengaruhi oleh variabel <i>e-commerce</i> , pengetahuan akuntansi, dan budaya organisasi secara simultan dan parsial.
2	Syabila, Oktavia, dan Tubarat (2021)  Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Komitmen Organisasi, Karakteristik Wirausaha, dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial pada <i>Coffee Shop</i> di Bandar Lampung	Variabel Independen: - Pengetahuan akuntansi - Komitmen organisasi - Karakteristik wirausaha - Ketidakpastian lingkungan	Variabel Dependen: - Kinerja Manajerial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi, komitmen organisasi, dan karakteristik wirausaha berpengaruh positif secara parsial terhadap kinerja manajerial. Sementara itu, ketidakpastian lingkungan berpengaruh negatif terhadap kinerja manajerial pada <i>coffee shop</i> .
3	Hariandi, Gumanti, dan Wahyudi (2019)	Variabel Independen: - <i>E-commerce</i> - Keunggulan kompetitif	Variabel Dependen: - Kinerja bisnis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara <i>e-commerce</i> dan kinerja, namun

	<i>E-commerce, Competitive Advantage, and Business Performance of Banyuwangi Small and Medium-Sized Enterprises</i>			keunggulan kompetitif mampu memediasi hubungan <i>e-commerce</i> dan kinerja.
4	Huda dan Syamsinirwani (2019)  Pengembangan Jejaring Wirausaha dalam Meningkatkan Kinerja Unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Bima	Variabel Independen: - Jejaring wirausaha - Pembelajaran eksploratif	Variabel Dependen: - Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring wirausaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM, sedangkan pembelajaran eksploratif tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM di Kota Bima.
5	Sarastyarini dan Yadnyana (2018)  Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Kecil, Menengah di Denpasar	Variabel Independen: - <i>E-commerce</i> - Efektivitas kerja pengguna	Variabel Dependen: - Kinerja perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, efektivitas kerja pengguna juga berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan pada UKM.
6	Sedighi dan Sirang (2018)  <i>The Effect of E-commerce on SME Performance</i>	Variabel Independen: - <i>E-commerce</i>	Variabel Dependen: - Kinerja perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM.
7	Lin dan Lin (2015)	Variabel Independen: - <i>Network relationship</i>	Variabel Dependen: - Kinerja usaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai jenis <i>network relationship</i>

<i>The Effect of Network Relationship on The Performance of SMEs</i>			memiliki pengaruh yang berbeda pada kinerja UKM.
--	--	--	--





## **2.3 Hipotesis Penelitian**

### **2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM**

Pengetahuan akuntansi pada dasarnya sangat penting dan diperlukan untuk mengelola operasional usaha. Pengetahuan akuntansi dapat menyampaikan informasi yang diperlukan pelaku usaha supaya entitas bisnis bisa berjalan. Pengetahuan akuntansi juga dianggap sebagai ilmu mengenai sistem yang menciptakan laporan keuangan yang dapat digunakan oleh pihak berkementingan (Putri *et al.*, 2020). Pengetahuan akuntansi pada UMKM memiliki manfaat untuk mempermudah pelaku usaha melakukan pencatatan akuntansi guna mengetahui modal yang dimiliki serta pendapatan yang diperoleh. Motivasi untuk mempelajari tentang pengetahuan akuntansi akan meningkatkan pemahaman pelaku usaha dalam menerapkan akuntansi pada perusahaan yang akhirnya akan berdampak pada perkembangan usaha dan mengarah pada kinerja yang lebih baik.

Penelitian yang dilakukan Setiawati *et al.* (2021) menunjukkan hasil bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Selain itu, penelitian Syabila *et al.* (2021) juga menunjukkan hasil bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja manajerial. Informasi akuntansi bisnis yang tertib dan sistematis tercipta dari seorang manajerial memiliki pengetahuan akuntansi. Semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pelaku usaha, maka kinerja usaha juga akan semakin baik. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan uraian di atas, maka dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>1</sub>: pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

### **2.3.2 Pengaruh Pemahaman *E-commerce* Terhadap Kinerja UMKM**

*E-commerce* diartikan sebagai suatu *platform* untuk menjual, membeli, dan memasarkan produk elektronik (Setiawati *et al.*, 2021). *E-commerce* sebagai teknologi informasi dapat digunakan oleh perusahaan skala besar maupun kecil untuk meningkatkan pangsa pasar dan memperkenalkan produk yang dimiliki kepada konsumen baru tanpa kendala jarak dan waktu (Hariandi *et al.*, 2019). *E-commerce* mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan, layanan baru, pangsa baru, model bisnis baru, dan mampu memperluas bisnis yang dijalankan agar dapat bersaing di pasar global. Pemanfaatan *e-commerce* akan berdampak pada peningkatan kinerja karena *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pertumbuhan penjualan, laba, pengembalian asset, tingkat kepuasan pelanggan, kinerja keuangan secara keseluruhan, tingkat loyalitas pelanggan, dan karyawan.

Penelitian yang dilakukan Sarastyarini & Yadnyana (2018) menunjukkan hasil bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian Setiawati *et al.* (2021) juga menunjukkan hasil bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. *E-commerce* dianggap sebagai *platform* untuk berinteraksi dengan mitra bisnis lain yang mengarah pada kinerja perusahaan. Semakin baik pemahaman terhadap *e-commerce*, maka akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan uraian di atas, maka dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut.

## **H<sub>2</sub>: Pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

### **2.3.3 Pengaruh *Network Relationship* terhadap kinerja UMKM**

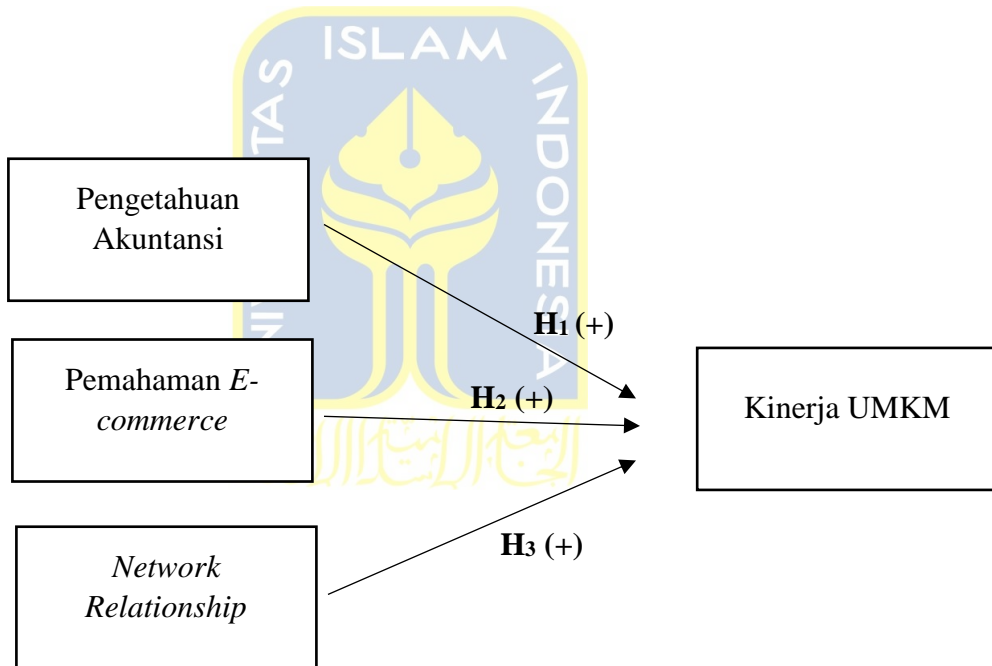
*Network relationship* atau hubungan jaringan dikatakan sebagai faktor penting untuk meningkatkan kinerja usaha (Lin & Lin, 2015). Hubungan jaringan dapat memperkuat mitra individu serta jaringan itu sendiri. Pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal yang kuat antar pengusaha menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk menghadapi globalisasi dan persaingan. Jaringan mampu meningkatkan interaksi diantara mitra yang mewakili sumber daya pelengkap untuk mengakses pengetahuan dan teknologi. Jaringan juga mampu untuk mengimbangi kelemahan perusahaan, mengurangi biaya transaksi dan risiko, serta bertukar pengetahuan dan kemampuan. Hubungan jaringan dapat dikaitkan dengan keseluruhan jaringan personal yang ada dan dipelihara oleh para manajer perusahaan dalam rangka menemukan peluang-peluang di masa depan untuk meningkatkan kinerja usaha.

Penelitian yang dilakukan (Lin & Lin, 2015) menunjukkan hasil bahwa *network relationship* memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Selain itu, penelitian Huda dan Syamsinirwani (2019) juga menunjukkan hasil bahwa jejaring wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Jaringan dapat menghubungkan berbagai orang dan organisasi serta memungkinkan pertukaran sumber daya, sehingga hubungan jaringan dianggap sebagai penentu penting kinerja perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan uraian di atas, maka dapat dibentuk hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>3</sub>: *network relationship* berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

#### **2.4 Model Penelitian**

Kerangka pemikiran merupakan suatu model terintegrasi mengenai pola hubungan antar variabel yang diteliti. Berdasarkan penjabaran latar belakang, tujuan penelitian, dan kajian pustaka, maka dapat dibentuk kerangka pemikiran penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.



**Gambar 2. 1  
Model Penelitian**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel penelitian

Populasi adalah kelompok orang, kejadian atau hal-hal menarik yang ingin peneliti investigasi berdasarkan statistic sampel (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di Yogyakarta. Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi atau sub kelompok dari populasi (Sekaran & Bougie, 2017). Peneliti dapat menyimpulkan hal yang akan digeneralisasikan terhadap populasi. Sampel juga terdiri dari anggota yang dipilih di dalam sebuah populasi. Jika terdapat keterbatasan tenaga dan waktu yang mengakibatkan tidak dapat terpelajarinya semua populasi, peneliti dapat menggunakan sampel.

Dengan demikian, untuk menentukan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yang populasinya tidak diketahui yakni, menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha/2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi 50% = 0,5

d = *sampling error* 10% = 0,1

Berdasarkan rumus Lemeshow di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96$$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $n$  yang didapatkan yaitu  $96,04 = 96$  orang, sehingga dalam penelitian ini penulis mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang.

### **3.2 Variabel penelitian**

Variabel adalah simbol dan kejadian, tindakan, karakteristik, perlakuan, atau atribut yang dapat diukur dan diberikan penilaian (Cooper & Schindler, 2019). Variabel ini digunakan sebagai gagasan yang sedang diteliti. Variabel dapat dibedakan menjadi dua, yakni variabel independen dan variabel dependen

#### **3.2.1 Variabel independen**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain dalam sebuah penelitian. Variabel ini mempengaruhi secara negatif maupun positif (Sekaran

& Bougie, 2017). Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yaitu pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship*.

1. Pengetahuan akuntansi adalah suatu kebenaran atas informasi mengenai pencatatan, pengelompokan, dan pengikhtisaran kejadian ekonomi untuk pengambilan keputusan (Setiawati *et al.*, 2021). Pengetahuan akuntansi dalam penelitian ini akan diukur menggunakan indikator pengetahuan deklaratif dan prosedural (Lestari & Rustiana, 2019).
2. *E-commerce* adalah penyelenggaraan perdagangan dalam bentuk penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, dan promosi suatu produk barang atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan fasilitas komunikasi elektronik, telekomunikasi digital, dan data menggunakan jaringan internet (Suhada *et al.*, 2021). Pemahaman *E-commerce* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut: (1) pemasaran, (2) penjualan, (3) pelayanan, (4) pembayaran, dan (5) manajerial (Lovita & Susanty, 2021).
3. *Network relationship* adalah hubungan yang dibentuk oleh perusahaan atau organisasi berbasis ekonomi kreatif dengan pihak lain dan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan (N Huda & Munandar, 2021). *Network relationship* dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator: *Long-Term Network Relationship*, *Project Type Network Relationship*, *Short-Term Network Relationship*, dan *Team Type Network Relationship* (Lin & Lin, 2015).

### 3.2.2 Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dan pembahasan pada penelitian (Sekaran & Bougie, 2017). Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yakni kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan tingkat keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan melalui pemanfaatan berbagai sumber daya yang dimiliki (Ismanu & Kusmintarti, 2019). Kore dan Septarini (2018) menjelaskan bahwa tingkat keberhasilan kinerja UMKM tercermin dari beberapa indikator penilaian keberhasilan kinerja suatu usaha, yaitu

- 1) Tingkat pertumbuhan penjualan/omset penjualan yang meningkat.
- 2) Tingkat pertumbuhan modal/financial yang meningkat.
- 3) Tingkat pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi.
- 4) Tingkat pertumbuhan pasar yang luas.
- 5) Tingkat pertumbuhan laba/keuntungan yang terus meningkat.

### 3.2.3 Definisi variabel operasional

Masing masing definisi tiap variable dapat dilihat pada table 3.1 berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Data Variabel Operasional**

No	Variabel	Indikator	Pedoman Pertanyaan	skala
1	Pengetahuan akuntansi (Lestari & Rustiana, 2019)	Pengetahuan Deklaratif	Saya mengetahui rumus persamaan akuntansi.	Skala Ordinal (Skala Likert 1-5)
			Saya mengetahui siklus akuntansi.	
			Saya mengetahui akun yang terdapat di buku besar.	
			Saya mengetahui fungsi penjurnalan.	



			Saya mengetahui debit dan kredit pada proses penjurnalan.	
			Saya mengetahui format buku besar.	
			Saya mengetahui fungsi buku besar.	
			Saya mengetahui format neraca saldo	
			Saya mengetahui fungsi neraca saldo.	
			Saya mengetahui akun yang memerlukan jurnal penyesuaian.	
			Saya mengetahui fungsi jurnal penyesuaian	
		Pengetahuan prosedural	Saya mengetahui standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah (SAK EMKM).	
			Saya mengetahui cara memasukan transaksi ke dalam kelompok akun yang sesuai.	
			Saya mengetahui cara mengelompokan transaksi ke dalam buku besar.	
			Saya mengetahui perhitungan saldo (selisih debit dan kredit) pada tiap akun dalam buku besar.	
			Saya mengetahui cara penyusunan laporan laba rugi.	
			Saya mengetahui cara penyusunan laporan perubahan modal	
			Saya mengetahui cara penyusunan laporan arus kas.	
			Saya mengetahui cara penyusunan neraca.	
2.	Pemahaman <i>e-commerce</i>	Pemasaran	Saya memahami cara melakukan identifikasi pelanggan melalui <i>e-commerce</i> .	Skala Ordinal

	(Lovita & Susanty, 2021)		Penggunaan <i>e-commerce</i> memberikan kemudahan dalam melakukan pemasaran.	(Skala Likert 1-5)
			Saya memahami cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> .	
		penjualan	Saya memahami cara melakukan penjualan melalui <i>e-commerce</i> .	
			<i>e-commerce</i> menciptakan peluang untuk penjualan secara global.	
		pelayanan	Saya dapat memberikan jaminan kepada pelanggan bisnis <i>online</i> saya.	
			Bisnis <i>online</i> saya memiliki pelayanan purna jual (pelayanan sehabis membeli) yang baik.	
			Saya memahami bahwa <i>e-commerce</i> memberikan pelayanan { <i>suports and services</i> ) yang prima bagi pelanggan.	
		pembayaran	Saya memahami sistem pembayaran yang disediakan oleh <i>e-commerce</i> .	
			Saya dapat mengajukan pembayaran dengan aman melalui <i>e-commerce</i> .	
		Manajerial	Saya memahami cara melakukan inventori secara otomatis.	
			Saya dapat dengan mudah melakukan manajemen biaya dengan <i>e-commerce</i> .	
			<i>e-commerce</i> bermanfaat untuk sistem manajerial yang efisien dan efektif.	
3.	<i>Network relationship</i>	<i>Long-Term Network Relationship</i>	Saya memiliki hubungan jangka panjang dengan mitra untuk membangun kepercayaan.	Skala Ordinal

	(Lin & Lin, 2015)		Saya dapat berbagi peluang pasar dan pengetahuan.	(Skala Likert 1-5)
			Saya dapat mengurangi biaya transaksi melalui jaringan yang saya miliki.	
		<i>Project Type Network Relationship</i>	Saya berorientasi pada memperdalam hubungan dengan mitra.	
			Saya fokus terhadap peningkatan layanan.	
		<i>Short-Term Network Relationship</i>	Saya fokus untuk menghasilkan produk baru.	
			Saya memiliki sistem berbagi risiko dan keuntungan dengan mitra.	
			Saya memiliki memiliki sikap mengambil risiko.	
		<i>Team Type Network Relationship</i>	Saya fokus untuk meningkatkan reputasi.	
			Saya berorientasi pada kepercayaan pelanggan.	
			Saya bertujuan untuk meningkatkan niat beli pelanggan.	
4.	Kinerja UMKM (Lia et al., 2018)	omset penjualan yang meningkat	Usaha saya mengalami peningkatan penjualan setiap bulannya.	Skala Ordinal (Skala Likert 1-5)
			Usaha saya mengalami peningkatan jumlah barang yang terjual dalam 1 tahun terakhir.	
		Tingkat pertumbuhan modal	Keuntungan yang saya dapatkan sebagian digunakan untuk menambah modal usaha.	
			Saya menggunakan modal eksternal seperti pinjaman kredit bank untuk memperluas usaha saya.	
		Tingkat pertumbuhan tenaga kerja	Saya menambah karyawan untuk membantu menyelesaikan pesanan lebih cepat.	

			Saya merekrut tenaga professional untuk meningkatkan kinerja manajemen.	
		Tingkat pertumbuhan pasar yang luas	Saya memperluas jaringan pemasaran sampai ke luar negeri.	
			Permintaan akan produk atau jasa yang saya tawarkan semakin hari semakin banyak.	
		Tingkat pertumbuhan laba	Usaha saya mengalami peningkatan laba setiap bulannya.	
			Usaha saya belum pernah mengalami kerugian.	

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

#### 3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan perlu diolah sehingga dapat menjawab masalah penelitian secara khusus. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden (Ghozali, 2018).

#### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang sudah diolah oleh pihak lain. Data ini didapatkan dari berbagai sumber seperti buku, artikel, jurnal, dan literatur-literatur lain yang mendukung (Ghozali, 2018).

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan tujuan menentukan kevalidan suatu kuesioner dalam mengukur sebuah konsep. Item pertanyaan dalam sebuah kuesioner dapat digunakan untuk menilai kuesioner tersebut valid atau tidak ketika item pertanyaan tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang selanjutnya akan diukur. (Sekaran & Bougie, 2017).

Pengujian ini akan menggunakan metode nilai korelasi *product moment* ( $r$ ) dengan menilai tingkat sig sebesar 0.05 atau 5%. Adapun rumus *product moment* yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara jumlah skor butir (x) dengan jumlah skor total (y)

X = skor item

Y = skor total

N = jumlah responden

Pertanyaan tersebut satu per satu akan diuji dengan menggunakan korelasi *product moment* yang digunakan antara skor total dengan skor item. Setiap pertanyaan tersebut akan dianggap kevalidannya ketika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3.4.2 Uji Reabilitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan mengukur kuesioner yang akan digunakan sebagai indikator variabel atau konstruk. Kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel atau tidak reliabel diukur dari konsistensi jawaban oleh seseorang terhadap pertanyaan yang diajukan.

Kuesioner dikatakan reliabel ketika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Sedangkan ketika nilai *Cronbach's Alpha* yang didapat lebih kecil dari 0,60 maka dapat dinyatakan kuesioner tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2018). Pengukuran uji reliabilitas dapat dilakukan dengan rumus *Alpha Moment* sebagai berikut:

$$r_{II} = \left[ \frac{K}{(K-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Dimana:

$r_{II}$  = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan

$\sum$  = jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = varians total

### 3.5 Teknik Analisis Data

Analisis yang dilakukan pada penelitian kali ini menggunakan program aplikasi SPSS 25. Adapun model statistik juga diperlukan dalam menguji hipotesis dengan tujuan mengetahui tingkat signifikansi korelasi dari variabel dependen dengan variabel independen.

### 3.5.1 Statistika Deskriptif

Statistik deskriptif adalah Teknik pengujian yang tujuannya memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan tidak bertujuan untuk menguji hipotesis. Teknik ini hanya digunakan untuk menganalisis dan memberikan data yang telah disertai perhitungan untuk memperjelas karakteristik data terkait. Pengukuran yang digunakan dalam pengujian statistik deskriptif yaitu jumlah sampel, nilai maksimum dan minimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (Ghozali, 2018).

### 3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan model yang benar-benar diperoleh telah memenuhi kriteria asumsi yang mendasari regresi. Model pada regresi ini didapatkan dari metode kuadrat terkecil, yaitu metode yang akan menghasilkan estimator linear yang terbaik. Situasi ini akan tercapai ketika asumsi klasik yang dibutuhkan telah digunakan (Ghozali, 2018). Pengujian tersebut meliputi:

a. Uji normalitas data

Pengujian ini digunakan untuk menguji nilai residual dari data telah terdistribusi normal atau tidak. model regresi dapat dikatakan baik ketika model regresi telah terdistribusi secara normal. Pengujian kali ini menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S). Uji *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S) dilakukan dengan melihat nilai probabilitas dan ditentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian, yaitu sebagai berikut:

Hipotesis nol ( $H_0$ ): data terdistribusi secara normal

Hipotesis alternative ( $H_A$ ): data tidak terdistribusi secara normal

Ketika nilai probabilitas yang didapatkan kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan ketika p-value menunjukkan nilai kurang dari  $\alpha$  maka dapat dinyatakan data tersebut tidak terdistribusi secara normal. Hal ini pun berlaku juga sebaliknya.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik ketika tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi apakah data tersebut terdeteksi multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF).

Prosedur pengujian multikolinieritas yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan nilai tolerance:

1. Nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas
2. Nilai *tolerance* kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinieritas

Berdasarkan VIF:

1. Nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas
2. Nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan antar variance residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Ketika variance yang terjadi tetap maka dinyatakan homoskedastisitas, namun ketika tidak terjadi variance yang sama maka dinyatakan heteroskedastisitas.



Metode yang digunakan pada pengujian kalo ini adalah uji glejser. Uji ini digunakan untuk mengarahkan nilai absolut residual untuk meregresi terhadap variabel independen. Untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak yaitu dengan melihat nilai p-valuenya, ketika nilai p-value lebih dari  $\alpha$  (0,05), maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya.

### 3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan akuntansi, *e-commerce*, dan *network relationship* terhadap kinerja perusahaan. Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Kinerja Perusahaan
$\alpha$	: Konstanta
X <sub>1</sub>	: Pengetahuan akuntansi
X <sub>2</sub>	: <i>E-commerce</i>
X <sub>3</sub>	: <i>Network relationship</i>
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	: Koefisien Regresi
e	: <i>error</i>

### 3.5.4 Uji Signifikasi Silmultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki perngaruh terhadap variabel dependen

secara bersamaan atau tidak (Ghozali, 2018). Nilai F hitung yang didapat kemudian dibandingkan dengan F tabel.

Ketika nilai F yang dihitung mempunyai nilai lebih besar dari F table maka dapat dikatakan bahwa terdapat satu variabel independen atau lebih yang dapat menjelaskan variabel dependen dengan signifikan sehingga model yang dibangun merupakan model yang signifikan dan sebaliknya

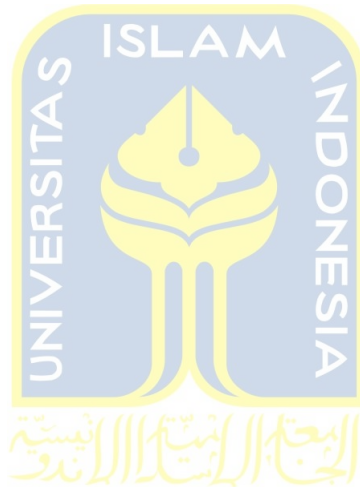
### **3.5.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)**

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Ketika nilai t hitung lebih besar dibandingkan t table maka dapat diindikasikan bahwa variabel independen tersebut mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

### **3.5.6 Koefisien Determinasi**

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen. Nilai yang digunakan pada koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil dapat diartikan kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Interpretasi terhadap hasil koefisien determinan ( $R^2$ ) berarti:

- a. Ketika nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) semakin mendekati angka satu artinya kemampuan menjelaskan variabel dependen semakin kuat
- b. Ketika koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati angka nol, maka artinya kemampuan variabel independen terbatas dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini akan diuraikan berdasarkan beberapa kriteria, yakni jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir pemilik usaha, dan lama usaha.

##### 4.1.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin yang diteliti dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yakni laki-laki dan perempuan. Adapun untuk deskripsi mengenai jumlah dan persentase dari masing-masing kelompok dapat dijabarkan sebagai berikut.

**Tabel 4. 1**  
**Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	15	15,6%
Perempuan	81	84,4%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM berjenis kelamin perempuan, yakni sebesar 84,4%. Adapun sebesar 15,6% pemilik UMKM merupakan laki-laki.

##### 4.1.2 Usia

Pengelompokkan responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi 4 kelompok, yakni usia 20 hingga 30 tahun, 31 hingga 40 tahun, 41 hingga 50 tahun, dan

di atas 50 tahun. Jumlah dan persentase responden berdasarkan kelompok umur dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 2**  
**Klasifikasi Responden berdasarkan Usia**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
20-30 tahun	35	36,5%
31-40 tahun	30	31,3%
41-50 tahun	22	22,9%
>50 tahun	9	9,4%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pemilik UMKM berusia antara 20 hingga 30 tahun, yakni sebesar 36,5%. Sejumlah 31,3% pemilik UMKM telah berusia 31 hingga 40 tahun, 22,9% berusia antara 41 hingga 50 tahun, dan sebanyak 9,4% berusia di atas 50 tahun.

#### **4.1.3 Pendidikan Terakhir**

Pendidikan terakhir pemilik UMKM dibagi menjadi 5 kelompok, yakni tingkat SD, SMP, SMA/SMK, S1, dan S2. Deskripsi jumlah dan persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat diuraikan sebagai berikut.

**Tabel 4. 3**  
**Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SD	2	2,1%
SMP	4	4,2%
SMA/SMK	41	42,7%
S1	48	50%

S2	1	1%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa 2,1% pemilik UMKM menempuh pendidikan hingga tingkat SD, 4,2% merupakan lulusan SMP, dan 42,7% pemilik UMKM menempuh pendidikan hingga tingkat SMA. Sebagian besar pemilik UMKM berpendidikan hingga jenjang S1, yakni sebesar 50% dan terdapat 1% yang merupakan lulusan S2.

#### 4.1.4 Lama Usaha

Lama berdiri UMKM dikelompokkan menjadi 4 kategori dalam penelitian ini, yakni 1 hingga 2 tahun, 3 hingga 4 tahun, 5 hingga 6 tahun, dan lebih dari 7 tahun. Klasifikasi responden berdasarkan lama berdirinya UMKM dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 4**  
**Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Usaha**

Keterangan	Jumlah	Persentase
1-2 tahun	43	44,8%
3-4 tahun	29	30,2%
5-6 tahun	12	12,5%
>7 tahun	12	12,5%
Total	96	100%

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar UMKM telah berdiri selama 1 hingga 2 tahun, yakni sebesar 44,8%. Sebanyak 30,2% UMKM

sudah ada selama 3 hingga 4 tahun. Adapun persentase UMKM yang telah ada sejak 5 hingga 6 tahun dan lebih dari 7 tahun sama-sama sebanyak 12,5%

#### 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Statistik deskriptif pada penelitian ini meliputi nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi untuk variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, *network relationship*, dan kinerja usaha.

**Tabel 4. 5**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Akuntansi	96	19,00	95,00	44,7187	16,77323
Pemahaman <i>E-commerce</i>	96	13,00	64,00	27,3437	9,40865
<i>Network Relationship</i>	96	11,00	55,00	22,9062	7,72975
Kinerja Usaha	96	13,00	50,00	25,7917	6,33772
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif tersebut, uraian untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

##### 1. Pengetahuan Akuntansi

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pengetahuan akuntansi menunjukkan nilai minimum sebesar 19,00 dan nilai maksimum sebesar 95,00. Nilai mean untuk variabel pengetahuan akuntansi sebesar 44,7187 dan nilai standar deviasi 16,77323.

## 2. Pemahaman *E-commerce*

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pemahaman *e-commerce* menunjukkan nilai minimum sebesar 13,00 dan nilai maksimum sebesar 64,00.

Nilai mean untuk variabel pemahaman *e-commerce* adalah 27,3437, sedangkan nilai standar deviasinya adalah 9,40865.

## 3. *Network Relationship*

Hasil analisis statistik deskriptif untuk variabel *network relationship* menunjukkan nilai minimum 11,00 dan nilai maksimum 55,00. Nilai mean variabel *network relationship* sebesar 22,9062 dan nilai standar deviasi 7,72975.

## 4. Kinerja Usaha

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel kinerja usaha menunjukkan bahwa nilai minimum 13,00 dan nilai maksimum 50,00. Adapun untuk mean variabel kinerja usaha sebesar 25,7917 dan nilai standar deviasinya 6,3377.

### 4.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner yang digunakan dalam mengukur suatu konsep. Kuesioner dapat dikatakan valid jika item-item pertanyaan dalam kuesioner mampu menjelaskan apa yang diukur. Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut.



**Tabel 4. 6**  
**Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Item	Nilai R table	Nilai R hitung	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi	Pengetahuan Deklaratif	PD1	0,361	,699	Valid
		PD2		,928	Valid
		PD3		,972	Valid
		PD4		,838	Valid
		PD5		,604	Valid
		PD6		,962	Valid
		PD7		,921	Valid
		PD8		,949	Valid
		PD9		,957	Valid
		PD10		,917	Valid
		PD11		,935	Valid
	Pengetahuan Prosedural	PP1		,805	Valid
		PP2		,946	Valid
		PP3		,951	Valid
		PP4		,910	Valid
		PP5		,886	Valid
		PP6		,875	Valid
		PP7		,910	Valid
Pemahaman E-Commerce	Pemasaran	PE1	,858	Valid	
		PE2	,923	Valid	
		PE3	,904	Valid	
	Penjualan	PJ1	,906	Valid	
		PJ2	,905	Valid	
	Pelayanan	PL1	,901	Valid	
		PL2	,881	Valid	
		PL3	,905	Valid	
	Pembayaran	PM1	,884	Valid	
		PM2	,922	Valid	
	Manajerial	MN1	,911	Valid	
		MN2	,905	Valid	

Variabel	Indikator	Item	Nilai R table	Nilai R hitung	Keterangan
		MN3		,952	Valid
Network Relationship	Long-term Network Relationship	LTN1		,795	Valid
		LTN2		,834	Valid
		LTN3		,755	Valid
	Project Type Network Relationship	PTN1		,882	Valid
		PTN2		,908	Valid
	Short-term Network Relationship	STN1		,832	Valid
		STN2		,743	Valid
		STN3		,817	Valid
	Team Type Network Relationship	TTN1		,814	Valid
		TTN2		,891	Valid
		TTN3		,892	Valid
	Kinerja Usaha	Tingkat pertumbuhan omset	TPO1	0,361	,678
TPO2			,692		Valid
Tingkat pertumbuhan modal		TPM1	,533		Valid
		TPM2	,636		Valid
Tingkat pertumbuhan tenaga kerja		TPK1	,652		Valid
		TPK2	,725		Valid
Tingkat pertumbuhan pasar		TPP1	,785		Valid
		TPP2	,816		Valid
Tingkat pertumbuhan laba		TPL1	,833		Valid
		TPL2	0,216		Tidak Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas, dapat disimpulkan bahwa terdapat satu item pertanyaan yang tidak valid, yaitu pada variabel kinerja usaha (TPL2). Hal tersebut dibuktikan dari nilai R hitung sebesar  $0,216 < R \text{ tabel } 0,361$ . Adapun untuk item

pertanyaan pada variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, *network relationship*, dan kinerja usaha selain TPL2 memiliki nilai R hitung > R tabel 0,361.

#### 4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

**Tabel 4. 7**  
**Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi	0,984	Reliabel
Pemahaman <i>E-commerce</i>	0,981	Reliabel
<i>Network Relationship</i>	0,955	Reliabel
Kinerja Usaha	0,848	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, *network relationship*, dan kinerja usaha tergolong reliabel. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh memenuhi asumsi yang mendasari regresi. Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan dengan tujuan untuk menguji data hasil penelitian memiliki distribusi yang normal maupun tidak. Penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 8**  
**Uji Normalitas**

Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	keterangan
Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman <i>E-commerce</i> , dan <i>Network Relationship</i>	0,90	normal

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui nilai *probability value* sebesar 0,90 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Penjelasan mengenai hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4. 9**  
**Uji Multikolinearitas**

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi	0,771	1,297	Tidak terjadi multikolinearitas
Pemahaman <i>E-commerce</i>	0,273	3,663	Tidak terjadi multikolinearitas

<i>Network Relatinship</i>	0,277	3,606	Tidak terjadi multikolinearitas
----------------------------	-------	-------	---------------------------------

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui nilai VIF variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* masing-masing sebesar 1,297, 3,663, dan 3,606 < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada seluruh variabel.

#### 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat adanya ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi. Apabila varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

**Tabel 4. 10**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Sig.	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi	0,413	Tidak ada
Pemahaman <i>E-commerce</i>	0,210	Tidak ada
<i>Network Relationship</i>	0,192	Tidak ada

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, nilai Sig. dari variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* memiliki nilai > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.6 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel (Y). analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* terhadap kinerja usaha. Hasil analisis dapat dijabarkan sebagai berikut.

**Tabel 4. 11**  
**Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi
(Constant)	11,166
Pengetahuan Akuntansi	0,068
Pemahaman <i>E-commerce</i>	0,255
<i>Network Relationship</i>	0,236

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, maka diperoleh bentuk persamaan regresi untuk kinerja UMKM sebagai berikut:

$$Y = 11,166 + 0,068X_1 + 0,225X_2 + 0,236X_3$$

Berdasarkan hasil persamaan analisis regresi berganda tersebut, dapat disimpulkan hasil sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 11,166 menunjukkan bahwa ketika besar variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* sama dengan 0, maka kinerja usaha memiliki nilai sebesar 11,166.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel pengetahuan akuntansi sebesar 0,068 yang memiliki arti bahwa setiap ada kenaikan pengetahuan akuntansi sebesar satu

persen dan nilai variabel lain diasumsikan tetap, maka kinerja usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,068.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel pemahaman *e-commerce* sebesar 0,225 yang memiliki arti bahwa setiap ada kenaikan pemahaman *e-commerce* sebesar satu persen dan nilai variabel lain diasumsikan tetap, maka kinerja usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,225.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel *network relationship* sebesar 0,236 yang memiliki arti bahwa setiap ada kenaikan *network relationship* sebesar satu persen dan nilai variabel lain diasumsikan tetap, maka kinerja usaha akan mengalami kenaikan sebesar 0,236.

#### 4.7 Koefisien Determinasi (Uji *R Square*)

Koefisien determinasi atau *R Square* dilakukan untuk mengukur kemampuan model regresi menjelaskan variasi dari variabel independen dalam memprediksi variabel dependen. Hasil uji *R Square* dapat dijelaskan sebagai berikut.

**Tabel 4. 12**  
**Uji *R Square***

Nilai <i>R</i>	Nilai <i>R Square</i>	Nilai Adjusted <i>R Square</i>
0,703	0,494	0,478

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji *R square* tersebut, diperoleh nilai *R square* sebesar 0,478. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mampu dijelaskan oleh variabel pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan

*network relationship* sebesar 47,8%. Adapun sebesar 42,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

#### 4.8 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji simultan dan uji parsial.

##### 4.8.1 Uji Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Hasil uji statistik F pada penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

**Tabel 4. 13**  
**Uji Statistik F**

Nilai R	Nilai R Square	Nilai Adjusted R Square
0,703	0,494	0,478

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji statistik F, diperoleh nilai signifikansi sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

##### 4.8.2 Uji Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Hasil uji statistik t pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.



**Tabel 4. 14**  
**Uji Statistik t**

	Hipotesis	t	Sig.	Hasil
H1	pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	2,141	,035	Didukung
H2	Pemahaman <i>e-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	2,355	,021	Didukung
H3	<i>Network relationship</i> berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	2,049	,043	Didukung

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji statistik t, dapat diketahui bahwa:

1. Pengujian pada hipotesis pertama ini dilakukan dengan menguji nilai dari signifikansi dari variabel pengetahuan akuntansi, hipotesis ini menyebutkan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Besaran nilai koefisien regresi pengetahuan akuntansi pada UMKM sebesar 0.181 dan nilai sig sebesar 0.035. Karena nilai pada signifikansinya pada penelitian lebih kecil daripada 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa H1 pada penelitian ini didukung.
2. Pengujian pada hipotesis pertama ini dilakukan dengan menguji nilai dari signifikansi dari variabel pemahaman *e-commerce*. hipotesis ini menyebutkan bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif

terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Besaran nilai koefisien regresi pengetahuan akuntansi pada UMKM sebesar 0.334 dan nilai sig sebesar 0.021. Karena nilai pada signifikansinya pada penelitian lebih kecil daripada 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa H2 pada penelitian ini didukung.

3. Pengujian pada hipotesis pertama ini dilakukan dengan menguji nilai dari signifikansi dari variabel *network relationship*. hipotesis ini menyebutkan bahwa *network relationship* berpengaruh positif terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Besaran nilai koefisien regresi pengetahuan akuntansi pada UMKM sebesar 0.288 dan nilai sig sebesar 0.043. Karena nilai pada signifikansinya pada penelitian lebih kecil daripada 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa H3 pada penelitian ini didukung.

## **4.9 Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.9.1 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi terhadap Kinerja UMKM**

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menguji mengenai pengaruh pengetahuan akuntansi terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan hasil variabel pengetahuan akuntansi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,035 ( $0,035 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,068 yang artinya bahwa pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, maka hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati *et al.*, (2021) dan Syabila *et al.*, (2021)

yang menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Pengetahuan akuntansi merupakan suatu kebenaran atas informasi mengenai pencatatan, pengelompokan, dan pengikhtisaran kejadian ekonomi untuk pengambilan keputusan (Setiawati *et al.*, 2021). Pengetahuan akuntansi dapat tercermin melalui perlakuan pemilik usaha atau manajer dalam mengelola keuangan perusahaan. ketika pengetahuan akuntansi dari pemilik UMKM baik maka informasi akuntansi bisnis yang dapat dipahami pun akan semakin baik dan sistematis pula. Sehingga kinerja usaha yang dijalankan pun akan semakin membaik.

#### **4.9.2 Pengaruh Pemahaman *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menguji mengenai pengaruh pemahaman *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pemahaman *e-commerce* memiliki nilai signifikansi 0,021 ( $0,021 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien sebesar 0,225 yang artinya bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis kedua diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sarastyarini & Yadnyana (2018) dan Setiawati *et al.*, (2021) yang menunjukkan bahwa pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

*E-commerce* mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan, layanan baru, pangsa baru, model bisnis baru, dan mampu memperluas bisnis yang dijalankan agar dapat bersaing di pasar global. Pemanfaatan dari *e-commerce* akan berdampak pada peningkatan kinerja karena *e-commerce* dapat membantu meningkatkan pertumbuhan

penjualan, laba, pengembalian aset, tingkat kepuasan pelanggan, kinerja keuangan secara keseluruhan, tingkat loyalitas pelanggan, dan karyawan. Ketika hal tersebut telah tercapai peningkatan dari kinerja perusahaan pun akan semakin membaik.

#### **4.9.3 Pengaruh *Network Relationship* terhadap kinerja UMKM**

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menguji mengenai *network relationship* terhadap kinerja UMKM. Hasil pengujian menunjukkan variabel *network relationship* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,043 ( $0,043 < 0,05$ ) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,236 yang artinya bahwa *network relationship* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka hipotesis ketiga diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lin & Lin (2015) dan Huda & Syamsinirwani (2019) yang menunjukkan bahwa *network relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

Menurut Lin & Lin (2015), *network relationship* atau hubungan jaringan dikatakan sebagai faktor penting untuk meningkatkan kinerja usaha. Pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal yang kuat antar pengusaha menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk menghadapi globalisasi dan persaingan. Jaringan pun dapat meningkatkan interaksi diantara mitra yang mewakili sumber daya pelengkap untuk mengakses pengetahuan dan teknologi serta dapat mengimbangi kelemahan perusahaan, menekan biaya transaksi dan risiko, dan dapat bertukar pengetahuan dan kemampuan. Ketika semua keuntungan tersebut dapat tercapai maka dapat berpengaruh pada peningkatan kinerja dari perusahaan itu sendiri.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu:

1. Pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
2. Pemahaman *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
3. *Network relationship* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

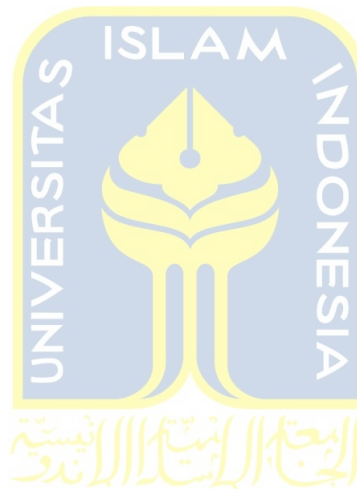
#### 5.2 Implikasi dan Saran

Penelitian ini mempunyai beberapa implikasi sebagai berikut:

1. Bagi peneliti dapat memberikan jawaban serta pengetahuan baru mengenai pengaruh pengetahuan akuntansi, pemahaman *e-commerce*, dan *network relationship* terhadap kinerja UMKM
2. Bagi pelaku UMKM dapat menjadi bahan acuan dalam meningkatkan kinerja usaha mereka melalui pemahaman dalam akuntansi

Berdasarkan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran yang diharapkan dapat bermanfaat serta menjadi barang pertimbangan bagi penelitian selanjutnya. Adapun beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah populasi di wilayah lain, sehingga mencakup wilayah yang lebih luas.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan metode wawancara langsung selain menggunakan kuesioner, sehingga data dari responden dapat menjelaskan lebih lanjut terkait keadaan UMKM yang sebenarnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alimbudiono, R. S. (2020). Accounting knowledge as a contributing intention on improving public accounting profession. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 801–809.  
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.801>
- Andhika, Y. H., & Damayanti, T. W. (2017). Niat Melakukan Pencatatan Akuntansi pada Usaha Kecil Menengah: Pengetahuan Akuntansi ataukah Herding? *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 331.  
<https://doi.org/10.24914/jeb.v20i2.664>
- Cooper, D., & Schindler, P. (2019). *metode penelitian bisnis*. salemb.
- Deliana, D., Siregar, D. A., & Rahman, A. (2020). Use of Accounting Information in Improving The SMEs Performance In Indonesia. *International Journal of Technical Vocational and Engineering Technology [IJTvET]*, 2(1), 83–87.
- Ghozali, I. (2018). *aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi *E-commerce* dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM ( STUDI KASUS UMKM DI WILAYAH KOTA SEMARANG ). *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(1), 1–15.
- Hariandi, M. S. I., Gumanti, T. A., & Wahyudi, E. (2019). *E-commerce*, competitive advantage and business performance of banyuwangi small and medium-sized enterprises. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(8), 1216–1220.
- Huda, N., & Munandar, A. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Network Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Scientific of ...*, 2(9), 470–480.  
<http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/455>
- Huda, Nurul, & Syamsinirwani, S. (2019). Pengembangan Jejaring Wirausaha Dalam Meningkatkan Kinerja Unit Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Bima. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 7(2), 251–260. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v7i2.93>
- Hussain, A., Shahzad, A., & Hassan, R. (2020). Organizational and environmental factors with the mediating role of *e-commerce* and SME performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>
- Ismanu, S., & Kusmintarti, A. (2019). Innovation and Firm Performance of Small and Medium Enterprises. *Review of Integrative Business and Economics*

*Research*, 8(2), 312-.

- 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>
- Lia, E., Kore, R., Septarini, D. F., Ekonomi, F., & Musamus, U. (2018). Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada UMKM Sektor Industri Kecil Formal Di Kabupaten Merauke). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 9(1), 22–37.
- Lin, F. J., & Lin, Y. H. (2015). The effect of network relationship on the performance of SMEs. *Journal of Business Research*, 69(5), 1780–1784. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.055>
- Lovita, E., & Susanty, F. (2021). Peranan Pemahaman *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Minat Kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 47–54.
- Olsen, N. V., Elvekrok, I., & Nilsen, E. R. (2012). Drivers of food SMEs network success: 101 tales from Norway. *Trends in Food Science and Technology*, 26(2), 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2012.01.008>
- Putri, C. A., Diana, N., & Marwadi, M. C. (2020). E-JRA Vol. 09 No. 02 Februari 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-Jra*, 09(02), 47–57.
- Rekarti, E., & Doktoralina, C. M. (2017). Improving Business Performance: A Proposed Model for SMEs. *European Research Studies Journal*, 20(3), 613–623. <https://doi.org/10.35808/ersj/732>
- Sarastyarini, N. M. W., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh *E-commerce* dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 1880. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p09>
- Sedighi, A., & Sirang, B. (2018). The Effect of Floating Exchange Rates on SME Performance. *SSRN Electronic Journal*, 2002. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2754659>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *mentode penelitian untuk bisnis*. salemba empat.
- Setiawati, E., Marwadi, M. C., & Diana, N. (2021). E-JRA Vol. 10 No. 04 Februari 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(04).
- Sitorus. (2017). Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Dan Pengetahuan Tentang Akuntansi Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Pedagang



Di Wilayah Kelurahan Helvetia Tengah Medan. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 105–112.

Suhada, K., Setiyani, L., & Setiadi Sukardi, D. (2021). Analysis of *E-commerce* Adoption Level on Culinary Micro, Small and Medium Enterprises (Umkm) in Karawang Regency Using Smart Pls. *Buana Information Technology and Computer Sciences (BIT and CS)*, 2(2), 44–47. <https://doi.org/10.36805/bit-cs.v2i2.1870>

Syabila, F. F., Oktavia, R., & Tubarat, C. T. (2021). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Komitmen Organisasi, Karakteristik Wirausaha Dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Manajerial Pada “Coffee Shop” Di Bandar Lampung. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 26(1), 22–33. <https://doi.org/10.23960/jak.v26i1.234>

Tambahan, F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi sebagai Variabel Intervening (Kajian Empiris Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 371-394.

zayed, lena mustafa, & Sinha, R. (2019). Effectiveness of Accounting Information System in Manufacturing SMEs in Jordan. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 04(02), pp.819-825.





## Lampiran 1. Kuisisioner

### BAGIAN I

#### PROFIL RESPONDEN

Petunjuk pengisian.

Lingkarilah jawaban dari setiap pertanyaan dibawah ini yang sesuai dengan pendapat Anda.

1. Nama UMKM:

2. Jenis kelamin:

- a. Pria
- b. Wanita

3. Usia Anda saat ini:

- a. 20-30 tahun
- b. 31-40 tahun
- c. 41-50 tahun
- d. >50 tahun

4. Pendidikan Terakhir:

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA/SMK
- d. S1
- e. S2

5. Lama Usaha:

- a. 1-2 tahun
- b. 3-4 tahun
- c. 5-6 tahun
- d. 6-7 tahun
- e. >7 tahun



**Petunjuk pengisian :**

- SS** = Sangat Setuju
- S** = Setuju
- KS** = Kurang Setuju
- TS** = Tidak Setuju
- STS** = Sangat Tidak Setuju

**BAGIAN II PENGETAHUAN AKUNTANSI**

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Pengetahuan Deklaratif</b>						
1	Saya mengetahui rumus persamaan akuntansi.					
2	Saya mengetahui siklus akuntansi.					
3	Saya mengetahui akun yang terdapat di buku besar.					
4	Saya mengetahui fungsi penjurnalan.					
5	Saya mengetahui debit dan kredit pada proses penjurnalan.					
6	Saya mengetahui format buku besar.					
7	Saya mengetahui fungsi buku besar.					
8	Saya mengetahui format neraca saldo					
9	Saya mengetahui fungsi neraca saldo.					
10	Saya mengetahui akun yang memerlukan jurnal penyesuaian.					
11	Saya mengetahui fungsi jurnal penyesuaian.					
<b>Pengetahuan Prosedural</b>						
12	Saya mengetahui standar akuntansi keuangan entitas mikro, kecil, dan menengah (SAK EMKM).					
13	Saya mengetahui cara memasukan transaksi ke dalam kelompok akun yang sesuai.					
14	Saya mengetahui cara mengelompokan transaksi ke dalam buku besar.					

<b>15</b>	Saya mengetahui perhitungan saldo (selisih debit dan kredit) pada tiap akun dalam buku besar.					
<b>16</b>	Saya mengetahui cara penyusunan laporan laba rugi.					
<b>17</b>	Saya mengetahui cara penyusunan laporan perubahan ekuitas.					
<b>18</b>	Saya mengetahui cara penyusunan laporan arus kas.					
<b>19</b>	Saya mengetahui cara penyusunan neraca.					



### BAGIAN III PEMAHAMAN *E-COMMERCE*

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Pemasaran</b>						
20	Saya memahami cara melakukan identifikasi pelanggan melalui <i>e-commerce</i> .					
21	Penggunaan <i>e-commerce</i> memberikan kemudahan dalam melakukan pemasaran.					
22	Saya memahami cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> .					
<b>Penjualan</b>						
23	Saya memahami cara melakukan penjualan melalui <i>e-commerce</i> .					
24	<i>e-commerce</i> menciptakan peluang untuk penjualan secara global.					
<b>Pelayanan</b>						
25	Saya dapat memberikan jaminan kepada pelanggan bisnis <i>online</i> saya.					
26	Bisnis <i>online</i> saya memiliki pelayanan purna jual (pelayanan sehabis membeli) yang baik.					
27	Saya memahami bahwa <i>e-commerce</i> memberikan pelayanan { <i>suports and services</i> ) yang prima bagi pelanggan.					
<b>Pembayaran</b>						
28	Saya memahami sistem pembayaran yang disediakan oleh <i>e-commerce</i> .					
29	Saya dapat mengajukan pembayaran dengan aman melalui <i>e-commerce</i> .					
<b>Manajerial</b>						
30	Saya memahami cara melakukan inventori secara otomatis.					
31	Saya dapat dengan mudah melakukan manajemen biaya dengan <i>e-commerce</i> .					
32	<i>e-commerce</i> bermanfaat untuk sistem manajerial yang efisien dan efektif.					

#### BAGIAN IV NETWORK RELATIONSHIP

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b><i>Long-Term Network Relationship</i></b>						
33	Saya memiliki hubungan jangka panjang dengan mitra untuk membangun kepercayaan.					
34	Saya dapat berbagi peluang pasar dan pengetahuan.					
35	Saya dapat mengurangi biaya transaksi melalui jaringan yang saya miliki.					
<b><i>Project Type Network Relationship</i></b>						
36	Saya berorientasi pada memperdalam hubungan dengan mitra.					
37	Saya fokus terhadap peningkatan layanan.					
<b><i>Short-Term Network Relationship</i></b>						
38	Saya fokus untuk menghasilkan produk baru.					
39	Saya memiliki sistem berbagi risiko dan keuntungan dengan mitra.					
40	Saya memiliki memiliki sikap mengambil risiko.					
<b><i>Team Type Network Relationship</i></b>						
41	Saya fokus untuk meningkatkan reputasi.					
42	Saya berorientasi pada kepercayaan pelanggan.					
43	Saya bertujuan untuk meningkatkan niat beli pelanggan.					

#### BAGIAN IV KINERJA UMKM

No	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Tingkat pertumbuhan penjualan/omset penjualan yang meningkat</b>						
44	Usaha saya mengalami peningkatan penjualan setiap bulannya.					
45	Usaha saya mengalami peningkatan jumlah barang yang terjual dalam 1 tahun terakhir.					
<b>Tingkat pertumbuhan modal/financial yang meningkat</b>						
46	Keuntungan yang saya dapatkan sebagian digunakan untuk menambah modal usaha.					
47	Saya menggunakan modal eksternal seperti pinjaman kredit bank untuk memperluas usaha saya.					
<b>Tingkat pertumbuhan tenaga kerja yang tinggi</b>						
48	Saya menambah karyawan untuk membantu menyelesaikan pesanan lebih cepat.					
49	Saya merekrut tenaga profesional untuk meningkatkan kinerja manajemen.					
<b>Tingkat pertumbuhan pasar yang luas</b>						
50	Saya memperluas jaringan pemasaran sampai ke luar negeri.					
51	Permintaan akan produk atau jasa yang saya tawarkan semakin hari semakin banyak.					
<b>Tingkat pertumbuhan laba/keuntungan yang terus meningkat</b>						
52	Usaha saya mengalami peningkatan laba setiap bulannya.					
53	Usaha saya belum pernah mengalami kerugian.					



## Lampiran 2. Data Responden

### Pengetahuan Akuntansi

No	PD 1	PD 2	PD 3	PD 4	PD 5	PD 6	PD 7	PD 8	PD 9	PD1 0	PD1 1	PP 1	PP 2	PP 3	PP 4	PP 5	PP 6	PP 7	PP 8	pengetahuan
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	20
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	21
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	75
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
6	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	88
7	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
9	5	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	30
10	4	4	3	5	4	4	2	2	3	2	4	3	4	4	2	3	3	2	4	62
11	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	52
12	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	32
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	39
14	2	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	52
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	20
16	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	48
17	1	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	1	1	1	1	2	1	2	38
18	3	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	68
19	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	22
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
21	4	1	1	4	4	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	35
22	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	45
23	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	60
24	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54

25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	22
27	1	2	2	3	1	2	1	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	4	40
28	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	24
29	5	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	57
30	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	3	40
31	2	4	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	1	2	3	2	40
32	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	45
33	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	22
34	3	4	5	2	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81
35	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	60
36	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	49
37	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	33
38	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	3	1	1	1	2	1	1	2	28
39	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	42
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
42	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	22
43	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	27
44	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
45	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	37
46	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	33
47	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	3	3	5	5	1	43
48	2	4	3	2	2	2	2	5	5	5	5	3	5	5	2	2	5	5	5	69
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	20
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
51	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	3	3	4	3	3	52
52	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	21
53	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	33

54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	24
55	4	4	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	65
56	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	51
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	40
58	3	4	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	50
59	4	3	4	4	5	4	4	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	56
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
61	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	3	3	52
62	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
63	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	59
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
65	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	40
66	4	5	5	2	2	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	77
67	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	4	2	2	32
68	1	3	4	1	2	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	57
69	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
70	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
71	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	36
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
73	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2	45
74	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	65
75	4	4	2	1	2	2	2	2	2	5	3	5	5	2	2	2	2	2	2	2	51
76	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	51
77	2	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
78	4	4	4	4	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	2	5	5	78
79	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	82
80	2	3	3	3	1	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1	2	2	2	2	2	37
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	39
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	39

83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	39
84	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
86	2	4	4	3	3	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	53
87	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	2	3	4	4	4	4	51
88	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	32
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	38
90	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	44
91	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	50
92	2	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	43
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	38
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	39
95	1	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	44
96	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37

**Pemahaman e-commerce**

No	PE1	PE2	PE3	PJ1	PJ2	PL1	PL2	PL3	PM1	PM2	MN1	MN2	MN3	pemahaman
1	2	1	1	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	20
2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	30
7	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	46
8	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	25
9	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	24
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	25
11	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	19

12	3	5	2	2	3	5	2	4	4	3	2	2	2	39
13	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	25
14	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	3	3	25
15	1	1	1	1	3	1	3	1	1	3	3	2	4	25
16	2	1	1	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	20
17	1	1	1	1	1	1	4	1	1	3	1	3	1	20
18	3	3	5	5	4	3	2	3	2	3	5	5	3	46
19	2	1	2	1	1	3	2	2	1	3	2	2	3	25
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
21	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	3	1	24
22	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	24
23	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	1	25
24	5	2	3	5	2	3	4	4	4	4	3	4	3	46
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	25
26	3	5	4	4	3	3	4	5	3	4	2	3	3	46
27	2	5	3	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	39
28	3	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
29	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	30
30	3	3	1	1	1	2	1	2	3	2	2	2	1	24
31	1	1	1	2	1	4	2	1	3	1	3	1	3	24
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
33	1	1	2	1	3	1	4	1	4	1	3	3	1	26
34	4	3	3	3	1	1	1	2	1	1	2	4	1	27
35	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	42
36	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	29
37	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	4	3	3	34
38	1	1	1	2	1	2	4	3	2	1	4	3	2	27
39	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	18
40	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	31

41	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	18
42	3	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	3	23
43	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	3	1	18
44	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	20
45	3	3	2	2	1	1	2	1	1	1	3	3	2	25
46	1	3	1	1	4	1	1	4	1	3	1	3	1	25
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	3	1	19
48	2	1	2	1	2	2	3	2	5	1	4	3	3	31
49	2	1	2	1	1	3	2	1	1	1	4	4	1	24
50	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
51	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	29
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
53	1	1	2	1	5	1	3	1	3	1	2	2	3	26
54	2	2	2	4	2	1	2	1	3	1	3	2	3	28
55	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	27
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	29
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
58	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	24
59	4	5	5	5	5	4	4	4	1	2	2	3	4	48
60	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	52
61	4	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	38
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	28
63	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	26
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
66	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	26
67	2	2	2	5	5	1	2	2	1	1	1	2	2	28
68	4	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	34
69	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16

70	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	18
71	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	26
72	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	18
73	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	2	3	21
74	3	2	2	2	1	2	4	2	2	5	3	3	2	33
75	1	1	1	1	1	5	2	2	1	1	4	4	2	26
76	2	1	1	1	2	2	3	1	1	2	2	3	3	24
77	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	18
78	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	19
79	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	43
80	2	1	2	1	1	2	4	2	1	3	3	2	2	26
81	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	28
82	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	30
83	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	24
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	40
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
86	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	28
87	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	26
88	2	1	1	1	1	3	1	2	2	2	2	2	1	21
89	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	20
90	1	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	1	3	20
91	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	17
92	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
93	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	16
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
95	1	1	1	1	2	2	2	1	1	3	2	2	2	21
96	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	20

### Network relationship

No	LTN1	LTN2	LTN3	PTN1	PTN2	STN1	STN2	STN3	TTN1	TTN2	TTN3	network
1	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	1	18
2	2	2	3	2	4	4	2	2	2	4	3	30
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	18
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
6	5	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	34
7	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	34
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
9	1	1	1	1	1	2	3	2	2	2	2	18
10	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	17
11	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	19
12	5	2	3	4	2	3	3	5	3	2	2	34
13	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	24
14	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	19
15	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	18
16	1	1	1	2	1	2	2	1	3	3	1	18
17	1	1	1	1	1	2	4	2	1	2	2	18
18	5	2	2	4	4	3	3	3	3	3	2	34
19	3	1	2	2	1	1	1	3	2	4	4	24
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
21	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	24
22	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	2	21
23	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	18
24	3	4	5	5	2	5	4	3	4	4	4	43
25	2	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	25
26	5	5	5	4	3	3	3	4	3	4	4	43
27	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	20



28	1	1	2	1	1	1	3	3	1	2	2	18
29	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23
30	1	1	2	2	1	3	3	3	1	1	1	19
31	2	1	2	2	2	4	2	2	3	3	3	26
32	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
33	1	1	1	2	2	3	2	3	3	2	2	22
34	2	1	2	1	2	2	4	2	2	1	1	20
35	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	38
36	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	26
37	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	24
38	1	1	1	1	1	1	3	3	3	2	2	19
39	1	2	1	1	1	2	3	2	3	1	1	18
40	2	3	3	2	4	2	4	2	3	3	2	30
41	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	16
42	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	24
43	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	1	16
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
45	1	1	2	2	1	3	4	1	2	1	1	19
46	3	3	1	3	1	3	1	3	3	1	3	25
47	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	1	16
48	2	2	2	3	2	3	3	2	3	1	3	26
49	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	13
50	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	25
51	3	3	2	2	2	1	3	2	1	1	1	21
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
53	1	1	1	1	1	1	2	2	2	3	3	18
54	1	1	1	2	2	2	1	3	1	3	1	18
55	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	12
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22

57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
58	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	14
59	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	37
60	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	43
61	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	1	20
62	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23
63	1	2	3	2	2	3	3	3	2	1	1	23
64	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	21
65	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	12
66	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	19
67	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	21
68	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	22
69	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	12
70	2	2	2	3	1	4	5	2	2	2	2	27
71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
72	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
73	1	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	20
74	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	24
75	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	1	15
76	2	2	2	2	1	1	3	3	2	2	1	21
77	1	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	21
78	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	24
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
80	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	21
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	23
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
84	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	34
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22

86	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	25
87	2	4	4	2	1	1	2	1	3	1	1	22
88	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	3	21
89	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
90	2	2	3	1	1	1	2	1	1	1	2	17
91	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	16
92	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	21
93	1	1	2	2	3	2	2	3	1	2	2	21
94	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	14
95	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	21
96	1	2	4	2	1	4	3	3	2	1	3	26

### Kinerja UMKM

No	TPO1	TPO2	TPM1	TPM2	TPK1	TPK2	TPP1	TPP2	TPL1	TPL2	kinerja
1	2	2	1	3	2	4	1	1	1	5	22
2	2	2	1	5	4	5	5	3	3	1	31
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	2	2	5	2	2	5	5	3	2	33
7	2	4	2	4	2	4	4	4	4	5	35
8	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	23
9	2	2	2	4	2	2	2	2	2	5	25
10	1	1	2	3	2	3	2	2	1	3	20
11	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	19
12	3	2	1	5	4	4	4	2	2	4	31

13	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	26
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
15	2	1	1	5	1	2	3	1	2	5	23
16	1	1	1	5	2	3	3	1	1	4	22
17	1	1	1	4	3	3	1	1	1	5	21
18	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	37
19	1	1	1	5	5	5	5	1	1	1	26
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	13
21	3	3	4	1	1	1	1	3	3	1	21
22	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
23	2	1	1	3	4	1	1	1	1	4	19
24	2	2	2	5	5	5	5	4	4	2	36
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
26	2	2	2	5	3	3	4	4	3	4	32
27	2	2	2	5	5	5	4	2	1	2	30
28	1	3	3	5	3	2	1	1	1	1	21
29	3	3	2	5	3	3	2	3	3	3	30
30	2	2	2	5	4	4	5	5	4	5	38
31	3	3	3	4	4	3	1	1	3	4	29
32	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	26
33	2	2	1	4	4	4	4	2	2	2	27
34	3	2	2	2	2	4	3	2	2	4	26
35	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
36	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	28
37	3	3	1	5	3	4	5	3	3	5	35
38	3	3	2	4	3	2	2	2	2	4	27
39	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	21
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	2	1	1	1	1	2	2	2	2	5	19

42	2	1	1	3	3	4	4	1	1	4	24
43	1	1	1	4	1	3	2	1	1	1	16
44	1	1	1	2	2	2	3	2	1	2	17
45	3	2	1	3	1	3	4	2	3	2	24
46	2	2	1	5	3	3	1	2	2	4	25
47	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	18
48	2	2	2	5	2	4	2	2	2	5	28
49	3	2	1	1	3	3	4	1	2	2	22
50	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	35
51	3	2	2	2	3	4	5	3	4	5	33
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
53	2	2	1	4	3	3	1	2	2	5	25
54	3	1	1	5	2	1	4	3	2	5	27
55	2	2	2	2	4	4	4	4	3	5	32
56	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	25
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
58	1	1	1	3	3	3	3	2	2	3	22
59	2	2	2	1	1	1	1	2	1	5	18
60	3	4	4	3	3	4	2	3	3	2	31
61	3	2	1	2	2	2	3	3	3	5	26
62	3	3	2	4	4	4	4	4	4	5	37
63	3	4	1	5	3	3	3	3	3	5	33
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
65	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	24
66	3	3	2	1	1	4	5	3	3	4	29
67	2	2	1	2	2	2	2	2	2	5	22
68	3	3	2	2	5	4	4	3	3	3	32
69	1	1	1	4	1	2	2	1	1	1	15
70	2	2	2	5	5	5	4	3	2	4	34

71	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	22
72	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	26
73	1	2	2	2	2	3	4	2	2	3	23
74	2	2	1	5	3	3	2	2	2	4	26
75	1	1	5	5	5	2	5	2	2	3	31
76	3	3	1	5	4	3	2	2	3	4	30
77	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	22
78	3	2	2	5	2	4	5	4	4	5	36
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
80	2	2	2	5	3	3	5	2	2	1	27
81	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	28
82	3	3	2	2	2	2	5	2	2	2	25
83	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	24
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
85	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
86	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	25
87	2	1	1	4	1	2	1	2	2	5	21
88	2	2	1	4	2	2	2	2	2	3	22
89	2	2	1	2	1	1	1	2	2	3	17
90	2	1	1	3	2	2	3	1	2	3	20
91	2	1	1	3	2	3	3	1	2	2	20
92	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	22
93	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	22
94	1	1	1	4	1	1	1	1	1	3	15
95	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
96	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	23

### Lampiran 3. Validitan Reliabilitas

#### Pengetahuan Akuntansi

		Correlations																		pengetahuan	
		PD1	PD2	PD3	PD4	PD5	PD6	PD7	PD8	PD9	PD10	PD11	PP1	PP2	PP3	PP4	PP5	PP6	PP7	PP8	
PD 1	Pears on Correlation	1	,626**	,602**	,627**	,594**	,565**	,492**	,569**	,625**	,514**	,537**	,506**	,789**	,666**	,630**	,713**	,534**	,574**	,518**	,699**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,001	0,001	0,006	0,001	0,000	0,004	0,002	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,001	0,003	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 2	Pears on Correlation	,626**	1	,879**	,745**	,477**	,909**	,880**	,850**	,862**	,869**	,880**	,831**	,904**	,917**	,783**	,755**	,791**	,837**	,866**	,928**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,008	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 3	Pears on Correlation	,602**	,879**	1	,787**	,511**	,968**	,930**	,964**	,964**	,929**	,946**	,791**	,907**	,928**	,900**	,818**	,802**	,888**	,926**	,972**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PD 4	Pears on Correlation	,627**	,745**	,787**	1	,581**	,806**	,677**	,701**	,840**	,706**	,821**	,578**	,786**	,723**	,673**	,794**	,814**	,683**	,792**	,838**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 5	Pears on Correlation	,594**	,477**	,511**	,581**	1	,541**	,478**	,488**	,537**	,444*	,499**	,407*	,576**	,519**	,460*	,585**	,512**	,429*	,452*	,604**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,008	0,004	0,001		0,002	0,008	0,006	0,002	0,014	0,005	0,026	0,001	0,003	0,011	0,001	0,004	0,018	0,012	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 6	Pears on Correlation	,565**	,909**	,968**	,806**	,541**	1	,923**	,911**	,933**	,876**	,936**	,808**	,897**	,940**	,849**	,797**	,803**	,861**	,934**	,962**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,000	0,000	0,002		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 7	Pears on Correlation	,492**	,880**	,930**	,677**	,478**	,923**	1	,942**	,918**	,908**	,880**	,821**	,821**	,861**	,854**	,745**	,784**	,842**	,839**	,921**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,000	0,000	0,000	0,008	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 8	Pears on Correlation	,569**	,850**	,964**	,701**	,488**	,911**	,942**	1	,952**	,941**	,913**	,755**	,853**	,895**	,935**	,794**	,811**	,897**	,896**	,949**
	Sig. (2-tailed)																				
	N																				



	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,000	0,000	0,006	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 9	Pears on Correlation	,625**	,862**	,964**	,840**	,537**	,933**	,918**	,952**	1	,914**	,933**	,765**	,871**	,864**	,884**	,798**	,807**	,818**	,887**	,957**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 10	Pears on Correlation	,514**	,869**	,929**	,706**	,444*	,876**	,908**	,941**	,914**	1	,920**	,720**	,792**	,849**	,847**	,759**	,793**	,859**	,895**	,917**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,000	0,000	0,014	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PD 11	Pears on Correlation	,537**	,880**	,946**	,821**	,499**	,936**	,880**	,913**	,933**	,920**	1	,694**	,830**	,888**	,823**	,741**	,794**	,834**	,928**	,935**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP1	Pears on Correlation	,506**	,831**	,791**	,578**	,407*	,808**	,821**	,755**	,765**	,720**	,694**	1	,802**	,773**	,694**	,622**	,605**	,726**	,701**	,805**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,000	0,000	0,001	0,026	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PP2	Pears on Correlation	,789**	,904**	,907**	,786**	,576**	,897**	,821**	,853**	,871**	,792**	,830**	,802**	1	,938**	,861**	,862**	,785**	,847**	,827**	,946**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP3	Pears on Correlation	,666**	,917**	,928**	,723**	,519**	,940**	,861**	,895**	,864**	,849**	,888**	,773**	,938**	1	,901**	,821**	,788**	,885**	,902**	,951**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP4	Pears on Correlation	,630**	,783**	,900**	,673**	,460**	,849**	,854**	,935**	,884**	,847**	,823**	,694**	,861**	,901**	1	,824**	,782**	,876**	,830**	,910**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,011	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP5	Pears on Correlation	,713**	,755**	,818**	,794**	,585**	,797**	,745**	,794**	,798**	,759**	,741**	,622**	,862**	,821**	,824**	1	,920**	,841**	,804**	,886**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP6	Pears on Correlation	,534**	,791**	,802**	,814**	,512**	,803**	,784**	,811**	,807**	,793**	,794**	,605**	,785**	,788**	,782**	,920**	1	,850**	,866**	,875**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP7	Pears on Correlation	,574**	,837**	,888**	,683**	,429*	,861**	,842**	,897**	,818**	,859**	,834**	,726**	,847**	,885**	,876**	,841**	,850**	1	,887**	,910**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,000	0,000	0,018	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PP8	Pears on Correlation	,518**	,866**	,926**	,792**	,452*	,934**	,839**	,896**	,887**	,895**	,928**	,701**	,827**	,902**	,830**	,804**	,866**	,887**	1	,930**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,000	0,000	0,000	0,012	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
pengetahuan	Pears on Correlation	,699**	,928**	,972**	,838**	,604**	,962**	,921**	,949**	,957**	,917**	,935**	,805**	,946**	,951**	,910**	,886**	,875**	,910**	,930**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

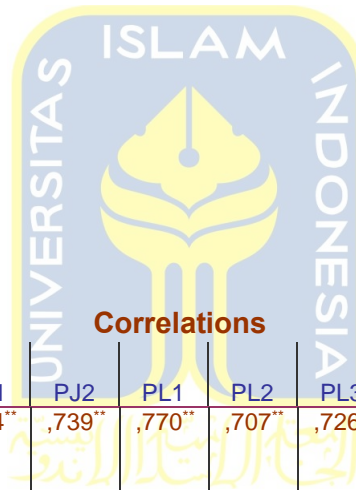
		N	%
Cases	Valid	30	100,0

Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,984	19



### Pemahaman *E-commerce*

		PE1	PE2	PE3	PJ1	PJ2	PL1	PL2	PL3	PM1	PM2	MN1	MN2	MN3	pemahaman
PE1	Pearson Correlation	1	,844**	,823**	,814**	,739**	,770**	,707**	,726**	,769**	,769**	,714**	,708**	,740**	,858**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PE2	Pearson Correlation	,844**	1	,764**	,781**	,820**	,821**	,782**	,886**	,869**	,813**	,805**	,795**	,893**	,923**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PE3	Pearson Correlation	,823**	,764**	1	,956**	,788**	,735**	,784**	,724**	,681**	,781**	,846**	,850**	,851**	,904**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PJ1	Pearson Correlation	,814**	,781**	,956**	1	,829**	,725**	,744**	,741**	,696**	,799**	,825**	,845**	,848**	,906**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PJ2	Pearson Correlation	,739**	,820**	,788**	,829**	1	,817**	,783**	,815**	,804**	,831**	,745**	,819**	,850**	,905**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PL1	Pearson Correlation	,770**	,821**	,735**	,725**	,817**	1	,871**	,790**	,806**	,866**	,790**	,813**	,834**	,901**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PL2	Pearson Correlation	,707**	,782**	,784**	,744**	,783**	,871**	1	,806**	,727**	,760**	,796**	,743**	,893**	,881**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

PL3	Pearson Correlation	,726**	,886**	,724**	,741**	,815**	,790**	,806**	1	,926**	,866**	,784**	,715**	,895**	,905**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM1	Pearson Correlation	,769**	,869**	,681**	,696**	,804**	,806**	,727**	,926**	1	,912**	,740**	,725**	,800**	,884**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PM2	Pearson Correlation	,769**	,813**	,781**	,799**	,831**	,866**	,760**	,866**	,912**	1	,810**	,836**	,826**	,922**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MN1	Pearson Correlation	,714**	,805**	,846**	,825**	,745**	,790**	,796**	,784**	,740**	,810**	1	,900**	,896**	,911**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MN2	Pearson Correlation	,708**	,795**	,850**	,845**	,819**	,813**	,743**	,715**	,725**	,836**	,900**	1	,848**	,905**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

MN3	Pearson Correlation	,740**	,893**	,851**	,848**	,850**	,834**	,893**	,895**	,800**	,826**	,896**	,848**	1	,952**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
pemahaman	Pearson Correlation	,858**	,923**	,904**	,906**	,905**	,901**	,881**	,905**	,884**	,922**	,911**	,905**	,952**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,981	13

## Network Relationship

### Correlations

		LTN1	LTN2	LTN3	PTN1	PTN2	STN1	STN2	STN3	TTN1	TTN2	TTN3	network
LTN1	Pearson Correlation	1	,760**	,656**	,781**	,731**	,506**	,477**	,420*	,607**	,617**	,695**	,795**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,008	0,021	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LTN2	Pearson Correlation	,760**	1	,820**	,812**	,795**	,541**	,533**	,650**	,510**	,631**	,653**	,834**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,002	0,002	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LTN3	Pearson Correlation	,656**	,820**	1	,734**	,647**	,444*	,527**	,648**	,486**	,556**	,469**	,755**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,014	0,003	0,000	0,006	0,001	0,009	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PTN1	Pearson Correlation	,781**	,812**	,734**	1	,908**	,645**	,537**	,617**	,606**	,713**	,733**	,882**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PTN2	Pearson Correlation	,731**	,795**	,647**	,908**	1	,727**	,524**	,630**	,667**	,818**	,849**	,908**
	Sig. (2-tailed)												
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30



	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
STN1	Pearson Correlation	,506**	,541**	,444*	,645**	,727**	1	,709**	,807**	,692**	,791**	,775**	,832**
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,002	0,014	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
STN2	Pearson Correlation	,477**	,533**	,527**	,537**	,524**	,709**	1	,810**	,581**	,602**	,577**	,743**
	Sig. (2-tailed)	0,008	0,002	0,003	0,002	0,003	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
STN3	Pearson Correlation	,420*	,650**	,648**	,617**	,630**	,807**	,810**	1	,659**	,679**	,651**	,817**
	Sig. (2-tailed)	0,021	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TTN1	Pearson Correlation	,607**	,510**	,486**	,606**	,667**	,692**	,581**	,659**	1	,780**	,789**	,814**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,004	0,006	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TTN2	Pearson Correlation	,617**	,631**	,556**	,713**	,818**	,791**	,602**	,679**	,780**	1	,931**	,891**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TTN3	Pearson Correlation	,695**	,653**	,469**	,733**	,849**	,775**	,577**	,651**	,789**	,931**	1	,892**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
network	Pearson Correlation	,795**	,834**	,755**	,882**	,908**	,832**	,743**	,817**	,814**	,891**	,892**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

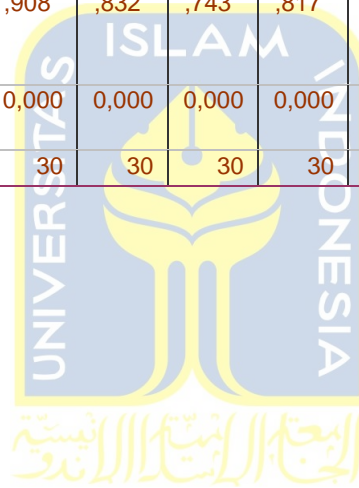
### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,955	11



## Kinerja UMKM

### Correlations

		TPO1	TPO2	TPM1	TPM2	TPK1	TPK2	TPP1	TPP2	TPL1	TPL2	kinerja
TPO1	Pearson Correlation	1	,660**	,613**	0,196	0,214	0,168	,407*	,697**	,685**	0,083	,678**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,299	0,255	0,374	0,026	0,000	0,000	0,661	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPO2	Pearson Correlation	,660**	1	,829**	0,147	0,250	0,311	0,255	,628**	,742**	0,076	,692**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,438	0,182	0,094	0,174	0,000	0,000	0,689	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPM1	Pearson Correlation	,613**	,829**	1	-0,026	0,187	0,104	0,121	,564**	,614**	-0,077	,533**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,890	0,322	0,585	0,523	0,001	0,000	0,685	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPM2	Pearson Correlation	0,196	0,147	####	1	,587**	,654**	,655**	0,295	0,273	0,115	,636**
	Sig. (2-tailed)	0,299	0,438	0,890		0,001	0,000	0,000	0,114	0,144	0,544	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPK1	Pearson Correlation	0,214	0,250	0,187	,587**	1	,780**	,578**	0,301	0,288	-0,086	,652**

	Sig. (2-tailed)	0,255	0,182	0,322	0,001		0,000	0,001	0,106	0,122	0,651	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPK2	Pearson Correlation	0,168	0,311	0,104	,654**	,780**	1	,707**	,362*	,374*	0,051	,725**
	Sig. (2-tailed)	0,374	0,094	0,585	0,000	0,000		0,000	0,049	0,042	0,788	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPP1	Pearson Correlation	,407*	0,255	0,121	,655**	,578**	,707**	1	,664**	,601**	-0,056	,785**
	Sig. (2-tailed)	0,026	0,174	0,523	0,000	0,001	0,000		0,000	0,000	0,769	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPP2	Pearson Correlation	,697**	,628**	,564**	0,295	0,301	,362*	,664**	1	,907**	0,063	,816**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,114	0,106	0,049	0,000		0,000	0,740	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPL1	Pearson Correlation	,685**	,742**	,614**	0,273	0,288	,374*	,601**	,907**	1	0,152	,833**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,144	0,122	0,042	0,000	0,000		0,423	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TPL2	Pearson Correlation	0,083	0,076	####	0,115	####	0,051	####	0,063	0,152	1	0,216
	Sig. (2-tailed)	0,661	0,689	0,685	0,544	0,651	0,788	0,769	0,740	0,423		0,252

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
kinerja	Pearson Correlation	,678**	,692**	,533**	,636**	,652**	,725**	,785**	,816**	,833**	0,216	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,252	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,848	10



## Lampiran 4. Karakteristik Responden

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
pengetahuan	96	19,00	95,00	44,7187	16,77323
pemahaman	96	13,00	64,00	27,3437	9,40865
network	96	11,00	55,00	22,9062	7,72975
kinerja	96	13,00	50,00	25,7917	6,33772
Valid N (listwise)	96				

### Frequencies

#### Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan_Terakhir	Lama_Usaha
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0

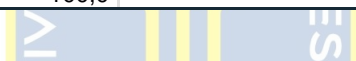
#### Jenis\_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki - laki	15	15,6	15,6	15,6

perempuan	81	84,4	84,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>50	9	9,4	9,4	9,4
	20-30	35	36,5	36,5	45,8
	31-40	30	31,3	31,3	77,1
	41-50	22	22,9	22,9	100,0
	Total	96	100,0	100,0	



### Pendidikan\_Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	48	50,0	50,0	50,0
	S2	1	1,0	1,0	51,0
	SD	2	2,1	2,1	53,1
	SMA/SMK	41	42,7	42,7	95,8
	SMP	4	4,2	4,2	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

		Lama_Usaha			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	>7	12	12,5	12,5	12,5
	1-2	43	44,8	44,8	57,3
	3-4	29	30,2	30,2	87,5
	5-6	12	12,5	12,5	100,0
	Total	96	100,0	100,0	

### Lampiran 5. Analisis Regresi Berganda

#### Regression

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	network, pengetahuan, pemahaman <sup>b</sup>		. Enter

a. Dependent Variable: kinerja

b. All requested variables entered.

#### Model Summary



Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,703 <sup>a</sup>	,494	,478	4,57946

a. Predictors: (Constant), network, pengetahuan, pemahaman

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1886,457	3	628,819	29,984	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1929,376	92	20,971		
	Total	3815,833	95			

a. Dependent Variable: kinerja

b. Predictors: (Constant), network, pengetahuan, pemahaman



#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,166	1,643		6,798	,000
	pengetahuan	,068	,032	,181	2,141	,035
	pemahaman	,225	,096	,334	2,355	,021
	network	,236	,115	,288	2,049	,043

a. Dependent Variable: kinerja

## UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-,1041667
	Std. Deviation	4,33274141
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,084
	Negative	-,074
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		,090 <sup>c</sup>



- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

### Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengetahuan	,771	1,297

Pemahaman	,273	3,663
Network	,277	3,606

a. Dependent Variable: kinerja

### Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,621	1,026		2,554	,012
	pengetahuan	,016	,020	,096	,823	,413
	pemahaman	,075	,060	,248	1,261	,210
	network	-,095	,072	-,256	-1,314	,192

a. Dependent Variable: Abs\_Ress

الجامعة الإسلامية

## Lampiran 6. Permohonan Ijin Penelitian



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ase Partalireddy  
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok  
Sleman, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881346, 881087, 885176;  
F. (0274) 882589  
E. feyu@uii.ac.id  
W. fecon.uui.ac.id

Nomor : 211/WD2/10/Div.URTA/2022  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
Pimpinan  
MPP Kemantren Pakualaman

*Assalamu alaikum wr.wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Schubungan dengan hal itu mahasiswa kami di bawah ini :

Nama : Anggita Pamularsi  
No. Mahasiswa : 18312028  
Tempat/Tanggal Lahir : Yogyakarta 23 Juni 2000  
Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1 (S1)  
Alamat : Warungboto U.H4/688 Kota Yogyakarta

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

**"Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman E-commerce dan Network Relationship terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta"**

Dosen Pembimbing : Mahmudi, Dr., S.E., M.Si., Ak.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 12 Januari 2022  
Wakil Dekan Bidang Keagamaan,  
Kemahasiswaan, dan Alumni,

NOMOR : 470/66/PA/1/2022  
TANGGAL : 13-1-2022

MENGETAHUI  
SESUAI DENGAN ASLINYA  
MANTRI RAMONG PRAJA  
PAKUALAMAN



Dra. Siti Nursyamsiah, M.M.

No. 470/96/PA/1/2022  
TANGGAL : 24/1/2022





**PEMERINTAH KOTA YOGYAKARTA  
KEMANTREN GONDOKUSUMAN**

Jln. Munggur NO. 32 Yogyakarta kode pos 55221 Telp. (0274) 520234 Fax .  
(0274) 520234 EMAIL : [gk@jogjakota.go.id](mailto:gk@jogjakota.go.id)  
HOTLINE SMS : 08122780001 hotlin e email : [upik@jogjakota.go.id](mailto:upik@jogjakota.go.id)  
WEBSITE : [www.jogjakota.go.id](http://www.jogjakota.go.id)

Yogyakarta, 13 Januari 2022

Nomor : 090/040 Kepada Yth :  
Lampiran : Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Hal : Pemberian Ijin Penelitian Universitas Islam Indonesia

Di- YOGYAKARTA

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Nomor: 209/DEK/10/Div.URT/1/2022 tanggal 12 Januari 2022, perihal Permohonan Ijin Penelitian dengan judul "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman E-Commerce dan Network Relationship terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta", yang akan dilaksanakan tanggal 12-31 Januari 2022 di Kelurahan Klitren Kemantren Gondokusuman.

Sehubungan dengan hal tersebut maka diberikan ijin melaksanakan kegiatan yang dimaksud kepada :

Nama : Anggita Pamularsi  
No. Mahasiswa : 18312028  
Program Studi : Akuntansi

Demikian surat izin ini disampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Nomor : 470/281/kt/16k/1/2022  
Tanggal : 24-01-2022  
MENGETAHUI  
LURAH KLITREN  
Mantri Pamong Praja  
GURITNO, AP  
NIP. 197507101995011002

Tembusan :  
1. Lurah Klitren



SEGORO AMARTO  
SEMANGAT GOTONG ROYONG AGAWE MAJUNING NGAYOGYAKARTA  
KEMANDIRIAN-KEDISIPLINAN-KEPEDULIAN-KEBERSAMAAN





FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Parladredja  
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok  
Sleman, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 883087, 885376;  
F. (0274) 882589  
E. fe@uii.ac.id  
W. fecom.uui.ac.id

Nomor : 210/DEK/10/Div.URT/I/2022  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
Pimpinan  
Mantri Pamong Projo Kemantren Umbulharjo

*Assalamu alaikum wr.wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami di bawah ini :

Nama : Anggita Pamularsi  
No. Mahasiswa : 18312028  
Tempat/Tanggal Lahir : Yogyakarta / 23 Juni 2000  
Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata I (S1)  
Alamat : Warungboto U.H4/688 Kota Yogyakarta

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

**"Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman E-commerce dan Network Relationship terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta"**

Dosen Pembimbing : Mahmudi, Dr., S.E., M.Si., Ak.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 12 Januari 2022

Dekan,

**MENGETAHUI:**

**MANTRI PAMONG PRAJA**

Nomor : 010/35

Tanggal : 18 Januari 2022



Doi. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIK: 933130101

**M. AGUS SUPRATIKNO, S.Sos**

NIP. 19740715199803201

NIP. 197408231994021001



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja  
Ringmad Utara, Condong Catur, Depok  
Sleman, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 883087, 885376;  
F. (0274) 882589  
E. fe@uii.ac.id  
W. fecon.uui.ac.id

Nomor : 212/DEK/10/Div.URT/I/2022  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada Yth  
Pimpinan  
MPP Kemanten Wirobrajan

*Assalamu alaikum wr.wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa riset/penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami di bawah ini :

Nama : Anggita Pamularsi  
No. Mahasiswa : 18312028  
Tempat/Tanggal Lahir : Yogyakarta / 23 Juni 2000  
Program Studi : Akuntansi  
Jenjang : Strata 1 (S1)  
Alamat : Warungboto U.H4/688 Kota Yogyakarta

Bermaksud mohon keterangan/data pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul :

"Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pemahaman E-commerce dan Network Relationship terhadap Kinerja UMKM Kota Yogyakarta"

Dosen Pembimbing : Mahmudi, Dr., S.E., M.Si., Ak.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data /keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu alaikum Wr.Wb.*

Yogyakarta, 12 Januari 2022

a.n Mantri Pamong Praja  
Wirobrajan  
Mantri Anom



AVO DITO HENDRA, SH  
NIP. 19700303 199703 1 000



Prof. Jaka Sriyana, S.E., M.Si., Ph.D.  
NIK: 933130101



SRI SUKATANI S.Sos  
NIP. 1987025 199803 2 003



## Lampiran 7. Dokumentasi





