

**PENGARUH *E-COMMERCE*, AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN,
DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi pada Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Okti Nurfadilah

No. Mahasiswa: 20312344

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

**PENGARUH *E-COMMERCE*, AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN,
DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi pada Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Islam Indonesia (UII)

Oleh:

Nama: Okti Nurfadilah

No. Mahasiswa: 20312344

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 27 Februari 2024

Penyusun



(Okti Nurfadilah)

**PENGARUH *E-COMMERCE*, AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN,
DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UMKM
(Studi pada Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Nama: Okti Nurfadilah

No. Mahasiswa: 20312344

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 27 Februari 2024

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Chairina', with a horizontal line underneath and a small mark at the end.

(Ayu Chairina Laksmi, S. E. M.App.Com., M.Res., Ak., CA., Ph.D.)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta seluruh keluarga, sahabat, dan umat Islam. Seiring dengan rasa syukur atas kenikmatan dan kesuksesan, penulis persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Suprpto dan Ibu Kualifaturrohmah yang telah berjasa, merawat, mendidik, dan senantiasa berdoa untuk penulis.
2. Adik perempuan penulis Dwi Nurhidayah yang senantiasa berdoa, memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW., kepada keluarga, sahabat, dan para pengikutnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *E-COMMERCE*, AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN, DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UMKM (Studi pada Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Akuntansi Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Islam Indonesia (UII).

Dalam perjalanan menyelesaikan studi sampai ke tahap penyusunan skripsi, penulis membutuhkan banyak waktu, pikiran, dan tenaga. Namun dibalik itu tidak lepas dari kerja keras, banyak dukungan, bantuan doa, bimbingan, motivasi, serta pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan rahmat serta karunia-Nya yang tidak terbatas selama ini.

2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi contoh dan panutan bagi penulis.
3. Bapak Suprpto dan Ibu Mualifaturrohmah, selaku orang tua tercinta dan paling berjasa yang telah merawat, memberi motivasi, semangat, nasihat, perhatian, cinta, kasih sayang, dukungan baik moril dan materil, dan senantiasa berdoa untuk kesuksesan penulis hingga saat ini, serta menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
4. Dwi Nurhidayah selaku adik tersayang yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan kepada penulis.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Porf. Rifqi Muhammad, S.E., M.Sc., Ph.D., SAS selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
7. Ibu Ayu Chairina Laksmi, S. E. M.App.Com., M.Res., Ak., CA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik, saran, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Seluruh dosen dan staff Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membantu dalam menjalani masa perkuliahan.
9. Seluruh keluarga besar (Nenek, Om, Tante, dan Saudara persepupuan) yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, wejangan, dan senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis.

10. *Partner* sejak 2021 hingga saat ini yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam penulisan skripsi.
11. Khansa Dita Rosalba dan Meilinda Ainun Azizah selaku sahabat sejak TK hingga saat ini yang telah memberikan doa, dukungan, dan senantiasa mendengarkan keluh kesah penulis.
12. Seluruh teman-teman satu almamater yang telah berpartisipasi dalam memberikan dukungan dan membantu penulis dari awal perkuliahan hingga akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
13. Teman-teman SMP dan SMA penulis yang telah memberikan semangat dan membantu dalam proses penulisan skripsi.
14. Bunda dan anaknya, yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan, serta membantu dalam penulisan skripsi.
15. Pelaku UMKM selaku responden dalam penelitian ini, terima kasih telah membantu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis menyusun skripsi.
17. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, selalu memanfaatkan waktu luang untuk menyusun skripsi, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan, serta selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi dengan sebaik dan semaksimal mungkin. Hal ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doa dari semua pihak. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis dengan berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dalam tugas akhir ini.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Yogyakarta, 27 Februari 2024

Penyusun,



(Okti Nurfadilah)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>).....	12
2.2 <i>E-commerce</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	13
2.2.2 Manfaat <i>E-commerce</i>	14

2.2.3	Jenis-jenis <i>E-commerce</i>	16
2.2.4	Indikator <i>E-commerce</i>	17
2.3.1	Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban.....	18
2.3.2	Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban	19
2.3.3	Manfaat Akuntansi Pertanggungjawaban	20
2.3.4	Syarat-syarat Akuntansi Pertanggungjawaban.....	20
2.3.5	Jenis-jenis Pusat Pertanggungjawaban.....	22
2.3.6	Indikator Akuntansi Pertanggungjawaban	24
2.4	Budaya Organisasi.....	25
2.4.1	Pengertian Budaya Organisasi	25
2.4.2	Manfaat Budaya Organisasi	26
2.4.3	Jenis-jenis Budaya Organisasi	27
2.4.4	Indikator Budaya Organisasi.....	30
2.5	Kinerja UMKM.....	30
2.5.1	Pengertian Kinerja UMKM.....	30
2.5.2	Indikator Kinerja UMKM	32
2.6	Penelitian Terdahulu	33
2.7	Hipotesis Penelitian.....	37
2.7.1	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta	37
2.7.2	Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	39
2.7.3	Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	41
2.8	Kerangka Penelitian	44

BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian.....	47
3.2 Populasi dan Sampel	47
3.2.1 Populasi	47
3.2.2 Sampel	48
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	49
3.3.1 Jenis Data.....	49
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4 Variabel Penelitian	50
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	51
3.5.1 <i>E-commerce</i>	51
3.5.2 Akuntansi Pertanggungjawaban.....	52
3.5.3 Budaya Organisasi	54
3.5.4 Kinerja UMKM.....	55
3.6 Uji Coba Kuesioner	56
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	58
3.7.1 Uji Validitas	58
3.7.2 Uji Reliabilitas	59
3.8 Metode Analisis Data	60
3.8.1 Analisis Deskriptif	60
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.8.3 Analisis Regresi Berganda	63
3.8.4 Uji Hipotesis	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	67
4.1 Karakteristik Responden	67

4.1.1	Jenis Kelamin.....	67
4.1.2	Usia	68
4.1.3	Pendidikan Terakhir.....	68
4.1.4	Jenis Usaha.....	69
4.1.5	Lama Usaha	70
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	71
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	72
4.3.1	Uji Validitas	73
4.3.2	Uji Reliabilitas	75
4.4	Uji Asumsi Klasik	76
4.4.1	Uji Normalitas.....	76
4.4.2	Uji Multikolinearitas	77
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	78
4.5	Analisis Regresi Berganda	79
4.6	Koefisien Determinasi (Uji <i>R Square</i>)	80
4.7	Uji Hipotesis.....	81
4.7.1	Uji Statistik F	81
4.7.2	Uji Statistik T	81
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	83
4.8.1	Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta	84
4.8.2	Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	85
4.8.3	Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	87

BAB V PENUTUP	91
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Implikasi Penelitian.....	92
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	94
5.4 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Pedoman Pertanyaan Variabel <i>E-commerce</i>	51
Tabel 3. 2 Pedoman Pertanyaan Variabel Akuntansi Pertanggungjawaban	53
Tabel 3. 3 Pedoman Pertanyaan Variabel Budaya Organisasi.....	55
Tabel 3. 4 Pedoman Pertanyaan Variabel Kinerja UMKM	56
Tabel 3. 5 Uji Coba Kuesioner.....	57
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	69
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Usaha	69
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Usaha	70
Tabel 4. 6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	71
Tabel 4. 7 Uji Validitas <i>E-commerce</i>	73
Tabel 4. 8 Uji Validitas Akuntansi Pertanggungjawaban	74
Tabel 4. 9 Uji Validitas Budaya Organisasi.....	74
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kinerja UMKM	74
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 13 Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4. 14 Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4. 15 Analisis Regresi Berganda	79

Tabel 4. 16 Uji R <i>Square</i>	80
Tabel 4. 17 Uji Statistik F.....	81
Tabel 4. 18 Uji Statistik T.....	82
Tabel 4. 19 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	46
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	110
Lampiran 3 Klasifikasi Responden	124
Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik	126
Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)	128
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	138
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda	140
Lampiran 8 Dokumentasi.....	142

ABSTRACT

E-commerce, accountability accounting, and organizational culture can be factors that influence the performance of MSMEs in terms of innovation and creativity. The purpose of this study is to analyze the influence of e-commerce, accountability accounting, and organizational culture on the performance of creative industry MSMEs in the Special Region of Yogyakarta. This research uses agency theory. The data used is primary data. The population of this study is creative industry MSME players in the Special Region of Yogyakarta. The data in the study was obtained from the distribution of questionnaires using Google Form both directly and online, and was successfully obtained by 122 respondents selected using the purposive sampling method. The research data was processed using Smart SPSS software version 25. Data analysis methods include questionnaire trials, research instrument tests, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple regression analysis, and hypothesis tests. The results showed that e-commerce, accountability accounting, and organizational culture had a positive and significant effect on the performance of creative industry MSMEs in the Special Region of Yogyakarta.

Keywords: *Accountability Accounting, Organizational Culture, E-commerce, MSME Performance, Agency Theory.*

ABSTRAK

E-commerce, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi dapat menjadi faktor yang memengaruhi kinerja UMKM dalam hal inovasi dan kreativitas. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh e-commerce, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori agensi. Data yang digunakan adalah data primer. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dalam penelitian didapatkan dari penyebaran kuesioner menggunakan Google Form baik secara langsung maupun online, dan berhasil diperoleh sebanyak 122 responden yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Data penelitian diolah menggunakan software Smart SPSS versi 25. Metode analisis data meliputi uji coba kuesioner, uji instrumen penelitian, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata kunci: *Akuntansi Pertanggungjawaban, Budaya Organisasi, E-commerce, Kinerja UMKM, Teori Agensi.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sumber Daya Manusia (SDM) yang melimpah, terdidik, dan berbagai komunitas kreatif di DIY dinilai dapat mendorong industri kreatif untuk terus berkembang. Industri kreatif sendiri merupakan sinergi antara pariwisata, pertanian, dan UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik perorangan atau perusahaan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut Limanseto (2022), UMKM menyumbang 99% dari semua unit usaha dan memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini terbukti dengan fakta bahwa UMKM menyumbang 60.5% terhadap PDB serta mempekerjakan sebesar 96.9% dari total angkatan kerja nasional (Limanseto, 2022).

Industri kreatif adalah suatu sektor usaha yang mempunyai peluang dan layak dilirik di tengah maraknya ide usaha dagang. Selain itu, industri kreatif di DIY telah berkembang pesat selama dekade terakhir. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan talenta, banyaknya universitas, dan beragamnya komunitas kreatif di DIY yang dinilai ramah terhadap industri kreatif (Pemda DIY, 2019). Maka dari itu, DIY sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata, serta kreatif membuat pasar yang menjual berbagai produk kreatif ini menjadi lebih luas dan terjangkau karena mayoritas penggemarnya adalah wisatawan domestik maupun mancanegara. Perkembangan industri kreatif di DIY juga didukung oleh Pemerintah DIY melalui Rumah Kreatif

Jogja. Potensi investasi yang ada di DIY meliputi pengembangan 17 sub sektor ekonomi kreatif, terutama sektor *craft, fashion*, dan kuliner. *Craft, fashion*, dan kuliner menjadi sub sektor terbesar yang mendominasi, yakni mencapai 70-80% dari total ekonomi kreatif yang ada (Pemda DIY, 2021).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terdapat banyak UMKM. Berdasarkan informasi Dinas Koperasi dan UKM DIY pada Data Badan Perencanaan Pembangunan Daerah DIY disebutkan bahwa pada tahun 2020, jumlah UMKM sektor industri atau ekonomi kreatif di DIY adalah sebanyak 16.544 unit, yang terdiri dari 11.507 usaha mikro, 3.610 usaha kecil, dan 1.877 usaha menengah. Selanjutnya, pada tahun 2021 jumlah tersebut mengalami kenaikan menjadi sebanyak 42.518, terdiri dari 40.732 usaha mikro, 1.609 usaha kecil, dan 177 usaha menengah. Namun, pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi sebanyak 10.098, terdiri dari 9.038 usaha mikro, 940 usaha kecil, dan 120 usaha menengah. Kemudian, data sementara UMKM sektor industri atau ekonomi kreatif di DIY tahun 2023 mengalami kenaikan kembali yaitu menjadi sebanyak 13.340, yang terdiri dari 12.223 usaha mikro, 997 usaha kecil, dan 120 usaha menengah (Dataku DIY, 2023).

Kemajuan UMKM dipengaruhi oleh kinerjanya, sehingga kinerja pada UMKM perlu diperhatikan. Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dilakukan oleh individu dan dapat dicapai melalui perannya dalam perusahaan selama jangka waktu tertentu, serta berkaitan dengan besarnya nilai maupun standar perusahaan tempat individu bekerja (Nursetiana dkk., 2022). Dengan demikian, pencapaian tujuan perusahaan dapat diukur melalui kinerja UMKM (Hoiron dkk., 2019). Dalam

penelitian ini kinerja UMKM dipengaruhi oleh tindakan pelaku UMKM yang mencakup faktor *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi.

Pada era globalisasi ini, teknologi semakin berkembang. Perkembangan tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung akan memengaruhi sistem perdagangan, transaksi, dan peredaran uang selama ini (Sarastyarini & Yadnyana, 2018). Suharsono (2022) menyatakan bahwa fenomena kurangnya informasi tentang kemajuan pengetahuan ilmiah dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki UMKM di DIY tidak mengalami perkembangan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu memahami konsep *e-market* atau *e-commerce* agar dapat memajukan dan mengembangkan usaha yang mereka operasikan.

E-commerce yaitu praktik menjual, membeli, serta memasarkan produk secara elektronik (Setiawati dkk., 2021). Fitriani dkk. (2020) menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan cara untuk mengembangkan ekonomi dengan menjual produk secara *online* (Fitriani dkk., 2020). *E-commerce* dipandang sebagai *platform* yang memfasilitasi interaksi dengan mitra bisnis dan memengaruhi aktivitas perusahaan. Kemajuan teknologi melalui *e-commerce* ini diharapkan dapat mendukung pengembangan UMKM (Prasetyo & Farida, 2022). *E-commerce* memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka, memasarkan produk ke pasar global, dan terlibat dalam kegiatan ekspor (Karyati, 2019). Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global.

Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Hasil penelitian Setiawati dkk. (2021) dan Wahyuni dkk. (2021) menegaskan bahwa *e-commerce* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, hasil penelitian Prasetyo dan Farida (2022) menegaskan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-commerce* dengan kinerja UMKM.

Selain fenomena terbatasnya sarana dan prasarana yang telah diuraikan di atas, fenomena lain yang memengaruhi pertumbuhan kinerja UMKM yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) di DIY yang masih belum optimal dan memiliki keterbatasan, hal ini karena beberapa UMKM merupakan bisnis keluarga turun-temurun (Suharsono, 2022). Menurut Suharsono (2022), keterbatasan tersebut dapat dipengaruhi oleh pendidikan maupun keterampilan. Selain itu, faktor yang membuat Sumber Daya Manusia (SDM) belum optimal yaitu pelaku UMKM jarang melakukan pencatatan keuangan, tidak ada status badan hukum, dan modal yang terbatas (Suharsono, 2022). Faktor lainnya yaitu basis data industri kreatif dan pedomannya tidak jelas (UGM, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui dan memahami tentang akuntansi pertanggungjawaban. Akuntansi pertanggungjawaban yaitu metode akuntansi manajemen yang ditujukan untuk mendukung manajemen kinerja dengan tanggung jawab biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019). Akuntansi pertanggungjawaban dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan dan memantau kinerja bisnis mereka. Hasil penelitian Arifah dkk. (2022) serta Pratiwi dan Kartika (2019) menunjukkan bahwa akuntansi

pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial. Kemudian, Sari dan Amalia (2019) juga menunjukkan bahwasannya akuntansi pertanggungjawaban memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi.

Selain *e-commerce* dan akuntansi pertanggungjawaban, budaya organisasi menjadi faktor lain yang perlu dipahami oleh pelaku usaha untuk pertumbuhan kinerja UMKM. Budaya organisasi yaitu kumpulan nilai yang dipahami dan dijadikan pedoman bersama di dalam suatu organisasi atau perusahaan agar para anggotanya dapat merasa seperti satu keluarga, serta menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lainnya (Nursetiana dkk., 2022). Budaya organisasi yang kuat dapat meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, budaya organisasi yang mendorong inovasi dan kreativitas membantu pelaku usaha mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Implementasi budaya organisasi yang baik dalam suatu perusahaan juga dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, sehingga berdampak pada kinerja bisnis secara keseluruhan. Fenomena terkait budaya organisasi yaitu pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) mudah merasa puas sehingga UMKM sulit berkembang (UGM, 2019). Selain itu, menurut Nugroho (2019) para pelaku UMKM juga kurang kesadaran untuk terus berinovasi dan meningkatkan kreativitas produk, sehingga tidak mengalami perkembangan dengan cepat. Hasil penelitian Nursetiana dkk. (2022), Lestari dkk. (2021), dan Setiawati dkk. (2021) menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Namun, penelitian Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni dkk. (2021) menunjukkan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh budaya organisasi.

Fenomena kurangnya inovasi dan kreativitas di kalangan pelaku UMKM dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), jaringan usaha yang sangat terbatas, rendahnya penetrasi pasar, kurangnya akses ke informasi dan teknologi, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat (Suharsono, 2022).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi dapat menjadi faktor yang memengaruhi kinerja UMKM dalam hal inovasi dan kreativitas. *E-commerce* yang berkembang dapat menjadi inovasi bagi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar global. Selain *e-commerce* yang berkembang, akuntansi pertanggungjawaban yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan inovasi serta kreativitas mereka, sementara itu budaya organisasi yang mendukung inovasi serta kreativitas dapat memotivasi serta mendorong pelaku usaha untuk berpikir dan bertindak secara inovatif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori agensi sebagai landasan teorinya. Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Kaitannya antara inovasi dan kreativitas dengan teori agensi adalah *principal* memastikan bahwa *agent* memiliki insentif dan motivasi untuk berinovasi, sementara *agent* harus mempertimbangkan kepentingan *principal* dalam menciptakan solusi inovatif yang menguntungkan perusahaan. Dengan demikian, teori agensi dalam konteks inovasi dan kreativitas

pada UMKM dapat berpengaruh pada motivasi karyawan untuk menciptakan inovasi dan kreativitas.

Penelitian ini mengacu pada Wahyuni dkk. (2021) tentang pengaruh *e-commerce*, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Magelang. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada faktor-faktor dan objeknya, penulis mengganti penggunaan sistem informasi akuntansi serta literasi keuangan menjadi akuntansi pertanggungjawaban sebagai faktor yang memengaruhi, diambil dari penelitian Sari dan Amalia (2019) tentang efek dari akuntansi pertanggungjawaban dan implementasi strategi terhadap kinerja organisasi. Pada penelitian terdahulu terdapat beberapa penelitian yang menggunakan akuntansi pertanggungjawaban, budaya organisasi, *e-commerce*, implementasi strategi, inovasi, komitmen organisasi, kompensasi, literasi keuangan, manajemen kualitas total, modal sosial, orientasi kewirausahaan, pengetahuan akuntansi, penggunaan sistem informasi akuntansi, partisipasi anggaran, dan strategi bisnis sebagai faktor yang memengaruhi. Selain itu, perbedaan juga terletak pada faktor yang dipengaruhi. Penulis menggunakan kinerja UMKM sebagai faktor yang dipengaruhi, sedangkan pada beberapa penelitian sebelumnya menggunakan kinerja manajerial dan kinerja perusahaan atau organisasi. Kemudian, objek penelitian pada penelitian sebelumnya yaitu di Banten, Jakarta Selatan, Madiun, Magelang, Malang, Palembang, Pekanbaru, dan Surabaya. Pada penelitian ini, penulis menggunakan industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek penelitian. Di mana Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) terdiri dari 4 kabupaten dan 1 kota madya,

antara lain Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Sleman, dan Kota Yogyakarta.

Penulis menggunakan akuntansi pertanggungjawaban sebagai faktor yang memengaruhi kinerja UMKM karena mengacu pada fenomena yang terjadi di UMKM DIY seperti pelaku usaha jarang melakukan pencatatan keuangan, tidak ada status badan hukum, keterbatasan modal, serta basis data industri kreatif dan pedomannya tidak jelas. Selain itu, penggunaan akuntansi pertanggungjawaban dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan, mengambil keputusan, serta meningkatkan dan memantau kinerja UMKM.

Kemudian, alasan penulis memilih objek penelitian di UMKM industri kreatif yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian DIY. Para pelaku UMKM di DIY perlu mengembangkan dan mempertahankan usahanya dengan menciptakan berbagai inovasi baru (Suharsono, 2022). Namun, terdapat banyak hambatan dalam perkembangan UMKM di DIY, salah satunya yaitu pelaku UMKM merasa cepat puas sehingga kurang meningkatkan inovasi dan kreativitasnya (Nugroho, 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis merasa tertarik untuk mengeksplorasi lebih lanjut dengan melakukan penelitian terkait pengaruh *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM (studi pada industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, serta tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka manfaat penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman serta pengetahuan tentang pengaruh *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan serta sumber pengetahuan untuk penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada UMKM untuk meningkatkan kinerja usaha dan perencanaan kedepannya melalui *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bab ini juga membagikan gambaran umum penelitian untuk membantu pembaca menginterpretasikan topik yang dibahas dalam penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini memuat landasan teori berupa penjelasan teoritis, beragam penelitian terdahulu yang dijadikan referensi, kerangka pemikiran mengenai penelitian yang akan dieksplorasi, serta hipotesis yang akan diuji.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat model penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional penelitian setiap variabel, uji coba kuesioner, menguraikan pengujian instrumen penelitian, metode analisis dalam pengolahan data, serta menjelaskan mengenai uji hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan, meliputi uraian objek penelitian, analisis data, pengujian hipotesis, serta interpretasi hasil sesuai dengan metode analisis yang diaplikasikan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian berikutnya. Kesimpulan merupakan tanggapan terhadap rumusan masalah yang diajukan dan pencapaian tujuan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi yaitu kerangka konseptual yang mengkaji interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana hubungan tersebut memiliki jalinan fungsional dan struktural. Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Menurut Jensen dan Smith (1984), teori agensi juga menggambarkan hubungan kontraktual antara pihak yang memberi wewenang dan yang diberi wewenang. Kemudian, menurut Eisenhardt (1989) teori agensi adalah suatu jaringan yang mencerminkan struktur dasar keagenan antara *principal* dan *agent*, di mana kedua pihak bertindak kooperatif tetapi mempunyai tujuan dan sikap yang berbeda terhadap risiko. Teori agensi didasarkan pada pertimbangan tentang bagaimana perbedaan informasi antara pihak yang memiliki otoritas dan yang tidak, misalnya hubungan antara pimpinan dan bawahan, kantor pusat dan cabang, atau apakah ada asimetri informasi yang memengaruhi pemanfaatan sistem akuntansi (Shields & Young, 1993). Teori ini berpendapat bahwa usaha manusia dan kondisi lingkungan perusahaan memengaruhi kinerja perusahaan tersebut. *Principal* dan *agent* mempunyai tujuan yang berbeda dan bertentangan, di mana pandangan *principal* adalah bahwa *agent* sebaiknya diberi kompensasi berdasarkan hasil, sedangkan

pandangan *agent* akan lebih baik jika sistem kompensasi didasarkan pada usaha daripada hanya hasil.

Kaitannya antara inovasi dan kreativitas dengan teori agensi adalah *principal* memastikan bahwa *agent* memiliki insentif dan motivasi untuk berinovasi, sementara *agent* harus mempertimbangkan kepentingan *principal* dalam menciptakan solusi inovatif yang menguntungkan perusahaan. Dengan demikian, teori agensi dalam konteks inovasi dan kreativitas pada UMKM dapat berpengaruh pada motivasi karyawan untuk menciptakan inovasi dan kreativitas. Karyawan yang mempunyai pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan yang berbeda-beda sangat diperlukan dalam konsep inovasi dan kreativitas. Hal ini karena karyawan yang mempunyai kualitas baik mampu membagikan kontribusi dalam menciptakan inovasi dan kreativitas dalam perusahaan. Teori agensi juga dapat membantu manajemen perusahaan untuk memotivasi karyawan dengan memberikan imbalan atau kompensasi keuangan yang sesuai dengan kontribusi mereka dalam menciptakan inovasi dan kreativitas.

2.2 *E-commerce*

2.2.1 Pengertian *E-commerce*

Dalam menjalankan usaha, pelaku UMKM seringkali mengalami kesulitan dan hambatan dalam proses pengembangan usahanya, seperti masalah pemasaran, permodalan, dan pengelolaan. Maka dari itu, untuk mengatasi masalah tersebut pelaku UMKM sebaiknya mengaplikasikan *e-commerce* dalam usahanya. *E-commerce* adalah tahap pembelian, penjualan, serta pertukaran baik produk,

layanan, maupun informasi melalui internet (Fitrah & Yuliati, 2023). Menurut Prasetyo dan Farida (2022), *e-commerce* merupakan metode penjualan, pembelian, dan pemasaran produk elektronik. *E-commerce* juga merupakan prosedur pembelian serta penjualan produk dan layanan secara elektronik, di mana transaksi terjadi melalui internet, jaringan, serta teknologi *digital* lainnya (Silvia dkk., 2022). Menurut Setiawati dkk. (2021), *e-commerce* ialah praktik menjual, membeli, serta memasarkan produk secara elektronik. Selanjutnya menurut Fitriani dkk. (2020), *e-commerce* adalah cara untuk mengembangkan ekonomi dengan menjual produk secara *online*. Dari beberapa pendapat di atas mengenai definisi *e-commerce*, maka dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui *platform digital*.

2.2.2 Manfaat *E-commerce*

Terdapat tujuh manfaat *e-commerce* bagi perusahaan menurut Tifani (2023), antara lain:

1. Jangkauan Pasar Meningkatkan

Perusahaan dapat menjual produk atau jasa mereka secara *online* ke seluruh negara. Dengan menggunakan *e-commerce*, perusahaan tidak perlu memiliki toko fisik di setiap lokasi. Hal tersebut membantu perusahaan menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan.

2. Efisiensi Operasional Meningkat

Perusahaan dapat mengurangi biaya operasional, seperti waktu, produksi, dan waktu pengiriman. Selain itu, efisiensi operasional akan meningkat karena perusahaan tidak perlu toko fisik dan karyawan yang banyak.

3. Layanan Pelanggan Meningkat

Perusahaan dapat menyediakan informasi produk atau jasa selama 24 jam penuh setiap harinya. Hal tersebut membantu pelanggan untuk menemukan informasi yang dibutuhkan kapan saja.

4. Penjualan Meningkat

Perusahaan dapat menjangkau lebih banyak pelanggan serta memudahkan pelanggan untuk berbelanja. Hal tersebut membantu perusahaan meningkatkan penjualan secara signifikan.

5. *Brand Awareness* Meningkat

Perusahaan dapat menjangkau lebih banyak orang dan meningkatkan efisiensi, peluang bisnis, serta memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

6. Kepuasan Pelanggan Meningkat

Perusahaan dapat memberikan pengalaman belanja yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

7. Inovasi Meningkat

Perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2.3 Jenis-jenis *E-commerce*

Menurut Sugiharto (2022), terdapat empat jenis *e-commerce* yang sering dipilih, antara lain:

1. B2B (*Business to Business*)

Jenis *e-commerce* B2B ini dijalankan oleh orang atau pihak yang tertarik untuk menjalankan bisnis dan proses bisnis yang mereka operasikan. Biasanya, B2B jenis ini akan terus beroperasi karena saling menguntungkan dan terdapat kepercayaan antara kedua belah pihak. Contohnya yaitu *Electronic City*.

2. B2C (*Business to Consumer*)

Jenis *e-commerce* B2C adalah transaksi yang terjadi antara pengusaha dan konsumen. Misalnya, produsen menjual produk mereka secara *online* kepada konsumen. Di sini, produsen mengoperasikan bisnis mereka dengan memasarkan produknya kepada konsumen tanpa melakukan bisnis lagi dan umpan balik dari konsumen. Artinya, produsen hanya memasarkan produk atau layanan, dan konsumen hanya bertindak sebagai pembeli atau pengguna. Contohnya yaitu Shopee, Lazada, dan Blibli.

3. C2C (*Consumer to Consumer*)

Jenis *e-commerce* C2C semacam itu terjadi antara konsumen. Misalnya, konsumen dari suatu produsen menjual kembali produk ke konsumen lain. Contohnya yaitu OLX dan Kaskus.

4. C2B (*Consumer to Business*)

Jenis *e-commerce* C2B adalah transaksi antara konsumen dan produsen.

Bisnis dilakukan dari konsumen ke produsen yang menjual produk dan jasa. Contohnya yaitu *Freelancer*.

2.2.4 Indikator *E-commerce*

Prasetio dkk. (2021) menyatakan bahwa *e-commerce* memiliki empat indikator, meliputi:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran

Biaya pengeluaran merupakan strategi perusahaan untuk meminimalkan biaya. Biaya menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen Indonesia menggunakan *e-commerce*. Dalam beberapa kasus, semakin murah biaya teknologinya, maka semakin cepat pula teknologi tersebut digunakan dan diadaptasi dalam suatu organisasi.

2. Reputasi

Reputasi merupakan ukuran di mana sebuah *e-commerce* dapat membentuk keyakinan calon konsumen dan konsumen yang sudah ada, serta memengaruhi perilaku pembelian mereka.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan mekanisme di mana kegiatan pendistribusian untuk mempromosikan dan menjual produk barang atau jasa tertentu dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran adalah merancang, mengevaluasi, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan

layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang sudah ada atau calon pembeli.

4. Kemudahan dalam Berbisnis *Online*

Kemudahan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah diaplikasikan.

2.3 Akuntansi Pertanggungjawaban

2.3.1 Pengertian Akuntansi Pertanggungjawaban

Secara umum, struktur kepemimpinan yang baik diperlukan ketika memulai usaha. Struktur kepemimpinan yang baik dilihat dari pemimpin yang dapat mengendalikan secara langsung seluruh operasional organisasinya. Selain itu, pemimpin yang baik dapat mendelegasikan wewenang dan tanggung jawabnya dengan menerapkan akuntansi pertanggungjawaban pada setiap unit kerja dalam suatu pusat pertanggungjawaban. Hal ini memungkinkan pemimpin untuk mengoperasikan tanggung jawab setiap unit kerja atau pusat pertanggungjawaban.

Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi akuntansi pertanggungjawaban, antara lain dikemukakan oleh Arifah dkk. (2022), akuntansi pertanggungjawaban adalah sistem yang dicapai dengan menilai kinerja masing-masing pusat pertanggungjawaban berdasarkan data atau informasi yang diperlukan oleh manajer untuk melakukan aktivitas bisnis di setiap pusat pertanggungjawaban. Akuntansi pertanggungjawaban merupakan sistem yang memberikan kewajiban terhadap suatu pusat pertanggungjawaban dan kemudian diukur untuk menentukan kinerja pusat yang bersangkutan (Fitriyah & Siregar, 2021). Kemudian, akuntansi

pertanggungjawaban menurut Johan dan Syofyan (2019) adalah cara bagi pegawai bertanggung jawab atas pekerjaan mereka. Berdasarkan beberapa pendapat mengenai definisi akuntansi pertanggungjawaban, maka diperoleh kesimpulan bahwa akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi.

2.3.2 Tujuan Akuntansi Pertanggungjawaban

Akuntansi pertanggungjawaban bertujuan memberikan informasi kepada manajemen untuk menilai efisiensi dalam pemanfaatan sumber daya perusahaan (Pohan & Syafina, 2022). Kemudian, Favian dkk. (2021) menyatakan bahwa akuntansi pertanggungjawaban ditujukan untuk mendorong karyawan melakukan pekerjaannya dengan baik serta berkewajiban atas beban dan pemasukan perusahaan. Lopez dkk. (2021) menyampaikan bahwa tujuan akuntansi pertanggungjawaban yaitu sebagai sumber informasi untuk mengevaluasi pengambilan keputusan dan keterampilan manajer dalam kegiatan usaha. Selanjutnya, menurut Hutabarat (2020) akuntansi pertanggungjawaban memiliki tujuan yaitu mengevaluasi hasil kerja pusat pertanggungjawaban untuk meningkatkan ketepatan dan kemampuan operasional perusahaan di masa depan. Berdasarkan pandangan mengenai tujuan akuntansi pertanggungjawaban yang telah dijelaskan, maka diperoleh kesimpulan bahwa tujuan akuntansi

pertanggungjawaban yaitu untuk mengelola kinerja, mengawasi, memotivasi, serta memastikan pertanggungjawaban atas pekerjaan dan hasil kerja dalam rangka mencapai target organisasi.

2.3.3 Manfaat Akuntansi Pertanggungjawaban

Ada tiga manfaat akuntansi pertanggungjawaban dalam perusahaan yang dikemukakan oleh Akunut dkk. (2023). Manfaat tersebut antara lain:

1. Akuntansi Pertanggungjawaban sebagai Dasar Penganggaran
Informasi akuntansi pertanggungjawaban berguna dalam menjelaskan peran manajer dalam menyusun anggaran.
2. Akuntansi Pertanggungjawaban sebagai Alat Evaluasi Kinerja Manajer
Evaluasi kinerja adalah penilaian terhadap perilaku seseorang dalam melakukan pekerjaan di suatu organisasi. Evaluasi ini bermanfaat untuk menilai pekerjaan yang telah dilakukan manajer.
3. Akuntansi Pertanggungjawaban sebagai Motivator bagi Manajer
Akuntansi pertanggungjawaban dimanfaatkan untuk memotivasi manajer dalam memperbaiki kinerja yang tidak normal atau buruk di departemen mereka.

2.3.4 Syarat-syarat Akuntansi Pertanggungjawaban

Akuntansi pertanggungjawaban memiliki beberapa persyaratan yang harus dipenuhi agar dapat diterapkan dengan efektif. Persyaratan tersebut penting ketika menerapkan akuntansi pertanggungjawaban dan dimaksudkan agar suatu organisasi

atau bisnis dapat menerapkan dan melaksanakan akuntansi ini dengan baik. Menurut Akunt dkk. (2023), terdapat beberapa persyaratan untuk menerapkan akuntansi pertanggungjawaban, antara lain:

1. Struktur Organisasi

Penjelasan mengenai akuntansi pertanggungjawaban dalam struktur organisasi perlu menguraikan secara jelas urutan kewajiban, wewenang, serta posisi masing-masing unit kerja di setiap tingkatan manajemen.

2. Target Pendapatan (Anggaran)

Ketika mempertimbangkan tanggung jawab, setiap titik tanggung jawab harus berpartisipasi dalam pembuatan target pendapatan. Hal ini dikarenakan target pendapatan adalah representasi konsep kerja yang akan dijalankan oleh manajer dan menjadi landasan evaluasi kerjanya.

3. Penggolongan Biaya

Penggolongan biaya dilakukan karena pengelola tidak dapat mengelola seluruh biaya yang terjadi pada suatu unit, sehingga hanya sebagian kecil biaya terkendali yang perlu diperhatikan.

4. Sistem Akuntansi

Biaya harus diklasifikasikan dan diberi kode sesuai dengan tingkat manajemen yang termasuk dalam struktur organisasi, sebab biaya yang dikeluarkan akan dikumpulkan untuk masing-masing tingkat manajemen. Kode penilaian diperlukan untuk mengklasifikasikan penilaian-penilaian pada neraca dan laporan laba rugi.

5. Sistem Pelaporan Biaya

Setiap bulan, departemen akuntansi biaya menyusun laporan pertanggungjawaban khusus untuk setiap pusat biaya. Selain itu, laporan ini memberikan ringkasan biaya berdasarkan total biaya bulan sebelumnya yang tercantum pada kartu biaya. Isi laporan pertanggungjawaban ini akan disesuaikan dengan tingkat manajemen yang menerimanya.

2.3.5 Jenis-jenis Pusat Pertanggungjawaban

Pusat pertanggungjawaban yaitu bagian dari organisasi yang dikelola oleh seorang manajer yang berkewajiban mengelola aktivitas dan hasil di dalam pusat tersebut. Kaunang dkk. (2021) mengemukakan bahwa pusat pertanggungjawaban adalah suatu unit maupun divisi dalam suatu organisasi yang dikelola oleh manajer yang memiliki tanggung jawab atas kegiatan pusat pertanggungjawaban. Setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai kewenangan dan kewajiban terhadap bidang yang dikelolanya, sesuai dengan peraturan dalam organisasi tersebut.

Pohan dan Syafina (2022) menyatakan bahwasannya akuntansi pertanggungjawaban dibagi menjadi empat jenis dalam pusat pertanggungjawabannya, antara lain:

1. *Cost Center*

Cost center merupakan pusat pertanggungjawaban di mana manajer memiliki kendali signifikan terhadap biaya. Kapasitas dan kewajiban proses produksi berada pada penanggung jawab proses produksi. Seorang

manajer produksi dapat mengendalikan biaya produksi, tetapi tidak memiliki hak dalam menentukan harga atau kekuatan pasar. Oleh karena itu, kinerja manajer produksi dievaluasi berdasarkan kemampuannya dalam mengendalikan biaya produksi.

2. *Revenue Center*

Dalam hal pendelegasian, pusat pendapatan atau *revenue center* mengambil alih tanggung jawab utama seorang manajer yang mempunyai wewenang lebih besar atau seorang manajer yang dapat menghasilkan pendapatan. Sementara dalam hal input dan output, *revenue center* yaitu pusat yang menanggung biaya input dan output yang tidak mengikuti konsep koordinasi yang memadai atau efektif, seperti departemen pemasaran. Kinerja pasar diukur dari kemampuan menghasilkan penjualan dan mengendalikan harga pasar.

3. *Profit Center*

Profit center merupakan pusat pertanggungjawaban di mana manajer mempunyai kendali signifikan atas pendapatan dan beban untuk menghasilkan pendapatan tersebut atau menerapkan konsep titik impas. Kinerja manajer pusat laba atau *profit center* diukur berdasarkan hasil yang diperoleh. Pusat laba atau *profit center* adalah pusat tanggung jawab serta penghubung langsung antara arus masuk biaya dan arus kas keluar.

4. *Investment Center*

Investment center merupakan pusat pertanggungjawaban di mana para manajer mempunyai kendali signifikan atas profit dan investasi untuk

mendapatkan laba seperti yang dilakukan unit bisnis tersebut. Unit usaha yang menjadi *investment center* adalah unit usaha yang telah mendapat wewenang dari pengelola untuk penanaman modal.

2.3.6 Indikator Akuntansi Pertanggungjawaban

Membangun dan mengembangkan akuntansi pertanggungjawaban yang efektif, memerlukan indikator yang saling terkait. Beberapa hal yang menjadi indikator dalam pembentukan akuntansi pertanggungjawaban, menurut Pratiwi dan Kartika (2019), antara lain:

1. Memahami kewajiban.
2. Berperan dalam menggapai tujuan.
3. Berkoordinasi dalam penyusunan anggaran.
4. Proses pencatatan transaksi.
5. Memberikan laporan.
6. Sanksi atau hukuman.
7. Memperhatikan target.
8. Meminimalisir penyimpangan.
9. Sebagai alat untuk penilaian.
10. Sebagai alat untuk mengendalikan beban.

2.4 Budaya Organisasi

2.4.1 Pengertian Budaya Organisasi

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, perusahaan perlu menerapkan budaya organisasi yang baik. Budaya organisasi yaitu nilai-nilai, norma, keyakinan, serta cara kerja yang dimanfaatkan oleh suatu organisasi guna mencapai tujuan (Frinaldi dkk., 2023). Budaya organisasi juga menggambarkan fondasi nilai-nilai yang dibangun di sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga mereka dapat memahami satu sama lain, membuat anggota merasa seperti keluarga, dan menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lain (Nursetiana dkk., 2022). Selanjutnya, menurut Setiawati dkk. (2021) budaya organisasi ialah representasi dari prinsip, nilai, serta norma yang diterima dan diterapkan oleh para anggota organisasi, memastikan pemahaman, refleksi, serta keterlibatan terhadap isu dan kebijakan, serta melaksanakan tugas dengan tepat. Menurut Habudin (2020), budaya organisasi merupakan karakteristik yang sudah ada serta dipertahankan dalam suatu organisasi dan kehidupan masyarakat sehari-hari, hal ini terkait erat dengan ikatan budaya yang terbentuk. Kemudian menurut Sutrisno (2018), budaya organisasi adalah kekuatan sosial yang tidak terlihat tetapi mampu mendorong individu di dalam suatu organisasi untuk terlibat dalam aktivitas kerja.

Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, inti pemikiran, serta sistem yang terdapat dalam suatu organisasi. Budaya organisasi mencakup pedoman perilaku, pemikiran, serta tindakan yang diajarkan dan diterapkan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi membentuk identitas dan kerangka kerja yang

memengaruhi bagaimana individu berinteraksi, memecahkan masalah, dan melaksanakan tugas sehari-hari. Ini juga mewakili cita-cita organisasi dan berfungsi sebagai panduan untuk mengatasi hambatan internal dan eksternal.

2.4.2 Manfaat Budaya Organisasi

Menurut Frinaldi dkk. (2023), manfaat budaya organisasi meliputi:

1. Sebagai Identitas Organisasi

Budaya organisasi mencerminkan identitas organisasi, termasuk aspek-aspek seperti visi, misi, tujuan, filosofi, serta etika yang diyakini oleh organisasi. Melalui budaya organisasi yang kuat dan konsisten, organisasi dapat mengembangkan identitas yang berbeda dan membedakan diri dari organisasi lain.

2. Peningkatan Kinerja dan Efektivitas

Kinerja dan efektivitas organisasi dapat meningkat melalui budaya organisasi yang baik. Budaya organisasi positif juga mampu mendorong kerja sama antar anggota organisasi, meningkatkan kualitas kerja, serta mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif.

3. Peningkatan Loyalitas dan Motivasi

Budaya organisasi yang positif mampu meningkatkan loyalitas dan motivasi di antara anggota organisasi. Budaya organisasi yang memberikan dukungan serta nilai-nilai kontribusi anggota organisasi akan meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja anggota organisasi.

4. Peningkatan Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Budaya organisasi yang baik mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Anggota organisasi dengan budaya kerja positif mendorong mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

5. Peningkatan Inovasi dan Kreativitas

Budaya organisasi yang positif dan inovatif mendorong inovasi serta kreativitas organisasi. Mengembangkan solusi inovatif dan efektif adalah kunci untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh organisasi.

6. Peningkatan Citra Organisasi

Budaya organisasi yang positif dapat meningkatkan citra dan reputasi organisasi di mata masyarakat. Budaya organisasi yang positif mencerminkan sikap dan profesionalisme organisasi yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi.

2.4.3 Jenis-jenis Budaya Organisasi

Lima kepribadian neurotik terkait dengan budaya organisasi menurut Habudin (2020) adalah sebagai berikut:

1. *Charismatic vs Selfsufficient Cultures*

Dalam budaya organisasi karismatik, individualisme ditekankan, terutama pada kelas yang lebih tinggi. Pemimpin memiliki kebutuhan yang kuat untuk diamati dan dipahami oleh orang-orang di luar perusahaan. Kekuasaan terpusat di atas, dan manajer mengambil

keuntungan dari orang lain. Manajer senior mahir menangani perhatian sekaligus mempertahankan kontrol. Pekerja dalam organisasi semacam ini tertarik padanya karena mereka patuh kepada pemimpin mereka, memiliki kebutuhan yang kuat akan ketergantungan, dan tidak menyadari kekurangan mereka sendiri sebagai pemimpin. Orang-orang di bawah mereka sangat percaya bahwa para pemimpin organisasi tidak tercela. Organisasi "*self sufficient*" menempatkan penekanan kuat pada perencanaan, pencapaian, kebebasan individu, dan kemandirian. Kelompok ini berpikir bahwa keberhasilan organisasi berkorelasi dengan keberhasilan karyawannya.

2. *Paranoid vs Trusting Cultures*

Dalam budaya *paranoid* terdapat rasa ketidakpercayaan dan keraguan yang meluas, sedangkan pada budaya yang saling percaya (*trusting cultures*) bebas dari rasa takut.

3. *Avoidant vs Achievement Cultures*

Kecenderungan pemimpin dominan untuk menolak perubahan adalah karakteristik yang menentukan organisasi dengan budaya penghindaran. Hal ini karena dapat membahayakan nilai-nilai inti organisasi dan struktur kekuasaan yang mapan, sehingga perubahan dilawan. Tim manajemen yang mematuhi budaya pencapaian menempatkan nilai tinggi pada penalaran dan analisis logis. Manajer sadar bahwa perubahan diperlukan dan mereka memiliki keyakinan pada kemampuan mereka untuk mewujudkan.

4. *Politicized vs Focused Cultures*

Tidak ada arah yang jelas dalam budaya organisasi politik. Manajer tingkat bawah berusaha untuk membentuk arah perusahaan karena kurangnya panduan yang jelas. Ketika tidak ada kepemimpinan, kelompok atau individu sering bersaing untuk mendapatkan kekuasaan. Anggota organisasi dengan budaya yang berorientasi pada tujuan memiliki visi dan arah yang sama. Hal ini disebabkan adanya arahan yang jelas dari pimpinan senior serta adanya ikatan dan semangat antar anggota.

5. *Bureaucratic vs Creative Cultures*

Budaya birokrasi yaitu tipe kepribadian kompulsif, dengan kebutuhannya yang kuat untuk mengendalikan lingkungannya dan fokus pada detail tertentu, tetapi sering kali abstrak. Ketika datang ke budaya birokrasi, penampilan lebih penting daripada fungsionalitas. Bagi manajer, tujuan hukum tidak sepenting hukum kerja sama. Sistem manajemen tersedia untuk mengawasi bagaimana anggotanya berperilaku. Anggota budaya kreatif dapat bekerja sama sebagai satu kesatuan tanpa perlu aturan dan peraturan, saling mendisiplinkan, serta memahami peran antara satu dengan lainnya. Anggota secara alami berkoordinasi satu sama lain ketika mereka memiliki pengalaman kerja sama yang sukses. Para anggota memahami bahwa kesuksesan tergantung pada kerja sama.

2.4.4 Indikator Budaya Organisasi

Putri dkk. (2023) menyatakan bahwa indikator budaya organisasi mencakup:

1. Inovatif Menghitung Risiko

Budaya organisasi yang mengutamakan inovasi sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi risiko yang mungkin muncul akibat inovasi tersebut.

2. Berorientasi pada Hasil yang akan Dicapai

Dengan budaya yang berorientasi pada hasil, perusahaan mengutamakan kinerja, kesuksesan, dan pencapaian tujuan sebagai fokus utama.

3. Berorientasi pada Semua Kepentingan Karyawan

Mencerminkan dedikasi organisasi untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Organisasi dengan budaya seperti ini memahami pentingnya mencapai keseimbangan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan karyawan.

4. Berorientasi Detail pada Tugas

Mencerminkan penekanan organisasi pada pencapaian tujuan dan pelaksanaan pekerjaan dengan efisien.

2.5 Kinerja UMKM

2.5.1 Pengertian Kinerja UMKM

Kinerja yaitu pencapaian tujuan tertentu oleh individu atau organisasi (Nursetiana dkk., 2022). Kinerja menurut Jufrizen dan Hadi (2021) adalah pelaksanaan tugas seseorang selaras dengan tanggung jawab dan wewenangnya di

perusahaan guna mencapai tujuan perusahaan. Kemudian, menurut Fajri dkk. (2021) kinerja merupakan instrumen untuk mengukur pencapaian tujuan, tetapi bagi karyawan kinerja adalah kewajiban. Kinerja adalah hasil kerja karyawan ketika dia melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya (Putri & Endiana, 2020). Selanjutnya menurut Rivai (2020), kinerja adalah hasil kerja karyawan selama jangka waktu tertentu, yang dibandingkan dengan beragam opsi seperti standar, tujuan, serta kriteria yang telah ditetapkan dan disepakati sebelumnya.

Dari sejumlah definisi yang telah disebutkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja adalah pencapaian proses kerja individu atau kelompok dalam suatu organisasi. Hal ini menampilkan produktivitas yang dapat dicapai oleh individu atau organisasi untuk memenuhi tujuan tertentu. Nilai-nilai, standar organisasi, kondisi, fitur, dan prosedur operasional semuanya dapat digunakan untuk mengukur kinerja. Kinerja juga terkait dengan hasil kerja, dan jika seseorang berkinerja baik, perusahaan pasti akan berkinerja baik juga. Selanjutnya, kinerja dapat dilihat sebagai alat untuk meningkatkan perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Sementara itu, kinerja perusahaan merupakan hasil atau derajat pencapaian yang dapat dicapai oleh suatu organisasi dalam jangka waktu tertentu dengan melaksanakan program kegiatan berbasis kebijakan, bertujuan untuk mencapai tujuan, sasaran, visi, dan misi organisasi yang tercantum dalam rencana strategisnya (Kaunang dkk., 2021). Kemudian, menurut Putri dan Endiana (2020) kinerja perusahaan merupakan hasil pencapaian perusahaan selama jangka waktu tertentu sesuai dengan standar yang ditetapkan perusahaan. Selain itu, kinerja perusahaan merupakan pencapaian yang dipengaruhi oleh aktivitas bisnis operasional dalam

pemanfaatan sumber daya selama jangka waktu tertentu (Galib & Hidayat, 2018). Dari definisi-definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kinerja perusahaan merupakan sejauh mana perusahaan berhasil melaksanakan rencana dan mencapai targetnya dengan memanfaatkan sumber daya secara efisien.

UMKM adalah kelompok usaha yang paling besar dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan UMKM akan ditentukan oleh kinerjanya. Jika UMKM berkinerja baik, maka UMKM akan berkembang pesat. Kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah (Setiawati dkk., 2021). Selanjutnya menurut Abdillah dkk. (2019), kinerja UMKM didefinisikan sebagai hasil yang mereka capai dalam jangka waktu tertentu untuk mencapai tujuan mereka. Selanjutnya, Kore dan Septarini (2018) menyatakan bahwa kinerja UMKM adalah tingkat pencapaian yang dicapai oleh pelaku UMKM dalam mengelola usahanya sesuai dengan tujuan perusahaan. Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa kinerja UMKM ialah pencapaian yang berhasil mereka dapatkan selama periode waktu tertentu sesuai dengan tujuan dan standar bisnis yang diharapkan, serta kemampuan mereka untuk menghasilkan nilai tambah dan pendapatan hukum.

2.5.2 Indikator Kinerja UMKM

Secara umum, salah satu indikator utama untuk mengevaluasi kemakmuran dan perluasan sektor UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah kinerja UMKM. Andini dkk. (2021) menyatakan bahwa ada empat indikator yang dapat

digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan kinerja bisnis, dan ini termasuk yang berikut:

1. Peningkatan omset penjualan.
2. Peningkatan *financial*.
3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja.
4. Pertumbuhan pasar yang luas.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan referensi dalam penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM, antara lain akuntansi pertanggungjawaban, budaya organisasi, *e-commerce*, implementasi strategi, inovasi, komitmen organisasi, kompensasi, literasi keuangan, manajemen kualitas total, modal sosial, orientasi kewirausahaan, pengetahuan akuntansi, penggunaan sistem informasi akuntansi, partisipasi anggaran, dan strategi bisnis. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan dasar penelitian oleh penulis disajikan pada tabel 2.1.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Variabel Independen	Variabel Dependen	Metode Pengumpulan Data	Hasil Penelitian
1.	Arifah dkk. (2022)	- Akuntansi pertanggungjawaban - Komitmen organisasi - Kompensasi	- Kinerja manajerial	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa: 1. <i>Library research</i> yaitu melalui	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja manajerial dipengaruhi oleh akuntansi pertanggungjawaban,

No.	Penulis	Variabel Independen	Variabel Dependen	Metode Pengumpulan Data	Hasil Penelitian
				sumber-sumber jurnal dan penelitian yang pernah dilakukan. 2. <i>Survey</i> .	komitmen organisasi, dan kompensasi.
2.	Nursetiana dkk. (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - Strategi Bisnis - Inovasi - Budaya organisasi 	- Kinerja UMKM	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa <i>survey</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis, inovasi, dan budaya organisasi berpengaruh positif dan meningkatkan kinerja UMKM di Provinsi Banten. Selain itu, literasi keuangan dapat mengurangi dampak strategi bisnis, inovasi, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM.
3.	Prasetyo dan Farida (2022)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>E-commerce</i> - Pengetahuan akuntansi, - Budaya organisasi - Literasi keuangan 	- Kinerja UMKM	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa <i>survey</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja UMKM tidak terpengaruh oleh <i>e-commerce</i> , pengetahuan akuntansi, budaya organisasi, dan

No.	Penulis	Variabel Independen	Variabel Dependen	Metode Pengumpulan Data	Hasil Penelitian
					literasi keuangan.
4.	Lestari dkk., (2021)	<ul style="list-style-type: none"> - Budaya organisasi - Orientasi kewirausahaan - Manajemen kualitas total - Modal sosial 	- Kinerja UMKM	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa <i>survey</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM dipengaruhi oleh budaya organisasi, orientasi kewirausahaan, kualitas total, dan modal sosial.
5.	Setiawati dkk. (2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>E-commerce</i> - Pengetahuan akuntansi - Budaya organisasi 	- Kinerja UMKM	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa <i>survey</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan substansial dan persisten antara <i>e-commerce</i> , pengetahuan akuntansi, serta budaya organisasi.
6.	Wahyuni dkk. (2021)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>E-commerce</i> - Budaya organisasi - Penggunaan sistem informasi akuntansi - Literasi keuangan 	- Kinerja UMKM	Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa <i>survey</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM, tetapi budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak.

No.	Penulis	Variabel Independen	Variabel Dependen	Metode Pengumpulan Data	Hasil Penelitian
7.	Pratiwi dan Kartika (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Akuntansi pertanggung-jawaban - Komitmen organisasi - Partisipasi anggaran 	- Kinerja manajerial	<p>Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Survey</i>. 2. Studi pustaka. 	<p>Hasil penelitian menegaskan bahwa akuntansi pertanggungjawan, komitmen organisasi, serta partisipasi anggaran mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kinerja manajerial.</p>
8.	Sari dan Amalia (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Akuntansi pertanggung-jawaban - Implementasi strategi 	- Kinerja organisasi	<p>Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa dokumentasi.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan akuntansi pertanggungjawan dan implementasi strategi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi.</p>

2.7 Hipotesis Penelitian

2.7.1 Pengaruh *E-Commerce* terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui *platform digital*. Kemudian, menurut Setiawati dkk. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah. Penerapan *e-commerce* menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. *E-commerce* juga menawarkan kemudahan proses jual beli secara *online* dengan menyediakan informasi pengiriman yang lebih pesat kepada konsumen, memfasilitasi pengiriman dan penerimaan pesanan secara cepat, serta mendukung pembayaran *online* atau elektronik (Wahyuni dkk., 2021). Menurut Setiawati dkk. (2021), pemilik UMKM memiliki fleksibilitas untuk mengelola bisnis mereka sendiri dengan membuat toko *offline* atau menjalankan penjualan secara *online* melalui *platform e-commerce*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori agensi sebagai dasar teori. Teori agensi yaitu kerangka konseptual yang mengkaji interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana hubungan tersebut memiliki jalinan fungsional dan struktural. Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain

(*agent*). Dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai *principal* yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan sebagai *agent* yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja mereka. Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global. Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Dengan demikian, semakin banyak penggunaan *e-commerce* maka kinerja UMKM akan semakin meningkat (Wahyuni dkk., 2021).

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Setiawati dkk. (2021) dan Wahyuni dkk. (2021) yang menegaskan bahwa *e-commerce* memengaruhi kinerja UMKM. Namun, temuan ini berlawanan dengan temuan Prasetyo dan Farida (2022) yang menegaskan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh *e-commerce*. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

H1: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.7.2 Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi. Kemudian, menurut Setiawati dkk. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah.

Pada saat membuat usaha baru, akuntansi pertanggungjawaban sangat diperlukan dalam proses mengelola operasional usaha. Akuntansi pertanggungjawaban diidentifikasi sebagai metode akuntansi administratif yang bertujuan untuk mendukung kontrol kinerja melalui pemberian tanggung jawab atas biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019). Informasi akuntansi pertanggungjawaban menyoroti interaksi antara informasi keuangan dan manajer yang berkewajiban atas perancangan dan pelaksanaan informasi tersebut, maka perlu untuk memiliki informasi tertentu dalam proses pengendalian manajemen (Hutabarat, 2020).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori agensi sebagai dasar teori. Teori agensi yaitu kerangka konseptual yang mengkaji interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana hubungan tersebut memiliki jalinan fungsional dan struktural. Jensen dan Meckling (1976)

mengatakan bahwa teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) mempertimbangkan hubungan dalam konteks pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha. Keuangan suatu perusahaan harus dikelola dengan baik melalui penganggaran yang sebaik-baiknya, sehingga diperlukan penelitian mengenai keberadaan dan penerapan akuntansi pertanggungjawaban. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam organisasi menjamin adanya manfaat yang berbeda-beda dalam penerapan akuntansi pertanggungjawaban, karena setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai manfaatnya masing-masing (Arifah dkk., 2022). Manajer dan pemilik usaha dapat menetapkan wewenang dan tanggung jawab kepada bawahan secara lebih efektif dengan akuntansi pertanggungjawaban, tanpa harus mengawasi seluruh aktivitas dalam perusahaan. Dengan demikian, pemantauan ini dapat membantu mengatasi masalah agensi dengan memastikan bahwa kegiatan operasional sesuai dengan tujuan organisasi.

Akuntansi pertanggungjawaban direncanakan untuk memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha, hal ini dilakukan dengan menetapkan target dan memberikan insentif yang sesuai. Akuntansi pertanggungjawaban ialah suatu prosedur yang penting karena memiliki kemampuan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan di masa depan, dan juga memiliki peranan yang krusial dalam mengevaluasi kinerja manajerial. Semakin tinggi tingkat penerapan akuntansi pertanggungjawaban

dalam lingkungan pertanggungjawaban seseorang, semakin besar kemungkinan kinerja manajerial meningkat (Pratiwi & Kartika, 2019). Sistem akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang dan memengaruhi tujuan pekerjaan agar lebih terorganisir untuk meningkatkan kinerja usaha serta mencapai tujuan organisasi (Arifah dkk., 2022). Semakin efektif penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam sebuah perusahaan, semakin baik juga kinerja usahanya.

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Arifah dkk. (2022) dan Pratiwi dan Kartika (2019) yang menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial. Demikian pula temuan Sari dan Amalia (2019) yang menegaskan bahwa akuntansi pertanggungjawaban berdampak positif terhadap kinerja organisasi. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

H₂: Akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.7.3 Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

Budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, norma, inti pemikiran, dan sistem yang terdapat dalam suatu organisasi. Kemudian, menurut Setiawati dkk. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah.

Suatu perusahaan biasanya menerapkan budaya organisasi yang baik, hal tersebut menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori agensi sebagai dasar teori. Teori agensi yaitu kerangka konseptual yang mengkaji interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana hubungan tersebut memiliki jalinan fungsional dan struktural. Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Teori agensi dapat berperan dalam membentuk hubungan antara budaya organisasi dan kinerja UMKM, di mana *principal* memberi wewenang kepada *agent* untuk membangun budaya organisasi yang kuat dan positif, sehingga kinerja UMKM akan meningkat. Selain itu, manajer atau pemilik usaha sebagai *principal* dapat mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang dengan dukungan budaya organisasi yang inovatif dan kreatif. Budaya organisasi positif dapat meningkatkan inovasi, motivasi, kinerja karyawan, dan kinerja bisnis (Frinaldi dkk., 2023).

Budaya organisasi yang kuat dan positif akan mendorong keterlibatan pekerja secara maksimal, karena pekerja merasa terhubung dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi. Nilai-nilai budaya organisasi juga membawa perbedaan bagi perusahaan, sehingga budaya organisasi setiap perusahaan berbeda (Lestari dkk., 2021). Pelaku bisnis yang mempunyai ciri budaya yang kuat, seperti kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, cenderung dapat memahami dan menangkap

peluang untuk mempertahankan bisnisnya, serta mengelola kinerja bisnisnya secara lebih efektif. Pemilik UMKM perlu mengenalkan budaya organisasi kepada karyawan agar perilaku mereka sesuai dengan yang diinginkan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dan kinerja perusahaan meningkat (Nursetiana dkk., 2022).

Dengan membentuk budaya yang sesuai, organisasi dapat meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dengan kepentingan *principal*. Budaya organisasi yang menekankan kolaborasi, komunikasi terbuka, dan semangat kerja tim akan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja UMKM. Teori agensi menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dan kerjasama antara *principal* dan *agent* dapat mengurangi konflik dalam hubungan agensi.

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Nursetiana dkk. (2022), Lestari dkk. (2021), dan Setiawati dkk. (2021) yang menunjukkan bahwasannya budaya organisasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM. Namun, temuan ini berbeda dengan temuan Prasetyo dan Farida (2022) serta Wahyuni dkk. (2021), yang menunjukkan bahwa budaya organisasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

H3: Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2.8 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah model terintegrasi yang melibatkan pola hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Penulis menggunakan teori agensi sebagai dasar teori dalam meneliti. Teori agensi adalah kerangka konseptual yang mengkaji interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana interaksi tersebut memiliki artikulasi fungsional dan struktural.

Teori agensi mendasari *e-commerce* dengan mendeskripsikan hubungan antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*). Dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai *principal* yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan sebagai *agent* yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja mereka.

Selanjutnya, dalam konteks akuntansi pertanggungjawaban direncanakan untuk memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha, hal ini dilakukan dengan menetapkan target dan memberikan insentif yang sesuai. Dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) mempertimbangkan hubungan dalam konteks pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha.

Selain itu, teori agensi mendasari budaya organisasi dengan menjelaskan hubungan antara *principal* dengan *agent*, yaitu individu atau kelompok yang mengelola organisasi. Teori agensi dapat membantu dalam memahami bagaimana

sistem insentif dan pengawasan dapat memengaruhi perilaku karyawan sesuai dengan kepentingan pemilik usaha (Išoraitė & Miniotienė, 2018). Budaya organisasi menjadi penting karena dapat menjadi alat untuk mengurangi ketidakpastian agensi. Dengan membentuk budaya yang sesuai, organisasi dapat meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dengan kepentingan *principal*. Budaya organisasi dapat berperan dalam membentuk norma, nilai, dan perilaku yang mendukung pencapaian tujuan organisasi (Safitri & Kuntadi, 2023).

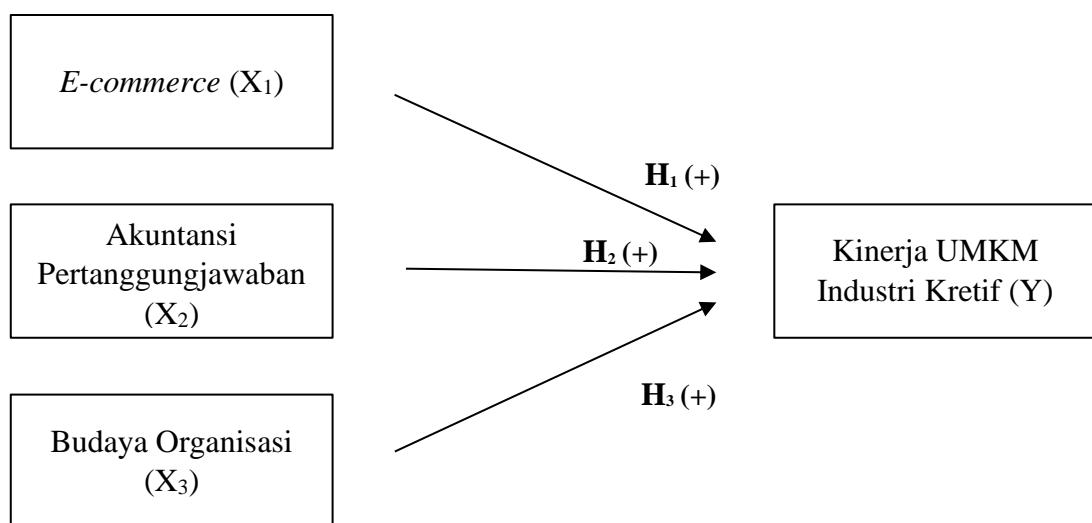
Dalam konteks kinerja UMKM, teori agensi dapat diterapkan untuk menganalisis hubungan antara pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) serta dampaknya terhadap kinerja bisnis. Penerapan evaluasi kinerja dapat membantu meningkatkan kinerja serta meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dengan tujuan pemilik usaha (*principal*).

Teori agensi mendasari hubungan antara *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, serta budaya organisasi dalam konteks kinerja UMKM. *E-commerce* digunakan sebagai alat untuk mengurangi ketidakpastian agensi dengan memberikan pemantauan dan kendali yang lebih baik bagi pemilik UMKM terhadap aktivitas bisnis mereka, sehingga pemilik usaha merasa aman (Setiawan dkk., 2023). Selanjutnya, akuntansi pertanggungjawaban membantu mengukur kinerja manajerial dan memberikan insentif yang sesuai melalui sistem pengukuran kinerja. Dalam hal budaya organisasi, nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, dan inovasi dapat didorong melalui *e-commerce* dan praktik akuntansi pertanggungjawaban. Budaya yang mendukung adaptasi terhadap teknologi dan

fokus pada efisiensi dapat meningkatkan penerapan *e-commerce* serta penggunaan informasi akuntansi dengan lebih efektif.

Secara keseluruhan, integrasi *e-commerce* dengan akuntansi pertanggungjawaban dan budaya organisasi yang mendukung mampu meningkatkan kinerja UMKM dengan menciptakan lingkungan yang meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dan mendorong pencapaian tujuan bisnis secara optimal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibentuk kerangka penelitian seperti pada gambar 2.1.



Gambar 2. 1
Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang diaplikasikan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Waruwu (2023), pendekatan kuantitatif yaitu jenis pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka dan metodologi ilmiah guna menguji hipotesis penelitian. Pendekatan ini bertujuan mengembangkan model matematika, teori, dan hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena, dengan tujuan menentukan hubungan antar variabel dalam suatu populasi (Alex, 2023). Pendekatan kuantitatif memiliki ciri-ciri berupa angka yang disajikan dalam bentuk tabel maupun grafik, menggunakan hipotesis, dan alat penelitian dapat diuji secara statistik (Waruwu, 2023).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Saunders dkk. (2019) mengemukakan bahwa populasi merupakan gabungan dari sampel yang diambil berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta diaplikasikan sebagai populasi. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM DIY, jumlah UMKM industri atau ekonomi kreatif untuk 2023 adalah sebesar 13.340 (Dataku DIY, 2023). Penelitian ini dirancang guna mengetahui hubungan antara *e-commerce*, akuntansi

pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2.2 Sampel

Menurut Swarjana dan SKM (2022), sampel yaitu sebagian dari populasi yang dipilih dengan metode sampling dalam suatu penelitian. Oleh karena itu, sampel merupakan contoh yang diperoleh dari semua atau sebagian populasi penelitian untuk mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampel. Kriteria responden yang digunakan yakni pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce* dan sudah menjalankan usahanya selama minimal 1 tahun. Sampel penelitian ini diperoleh dari populasi pelaku UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada penelitian ini digunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah minimal sampel. Perhitungan rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel atau responden.

N : jumlah populasi.

e^2 : *error level* (tingkat kesalahan) 5%.

Dari data yang ada diketahui bahwa jumlah populasi penelitian ini adalah 13.340 UMKM ekonomi atau industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2023 dan kesalahan yang ditetapkan adalah 10%. Berdasarkan rumus Slovin yang

telah disebutkan sebelumnya, maka jumlah minimal sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{13.340}{13.340 \cdot 10\%^2 + 1}$$

$$n = \frac{13.340}{13.340 \cdot 0,1^2 + 1}$$

$$n = \frac{13.340}{133,4 + 1}$$

$$n = \frac{13.340}{134,4}$$

$n = 99,25$ dibulatkan menjadi 100.

Menurut hasil perhitungan tersebut, agar data penelitian ini bermakna secara statistik, maka didapatkan n minimal sebanyak 100 UMKM. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan responden sebanyak 122 UMKM untuk proses pengolahan data.

3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Saunders dkk. (2019), data primer adalah data aktual yang diakumulasi untuk pertama kalinya oleh peneliti guna menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Data primer yang digunakan berasal dari jawaban kuesioner yang disebarakan kepada pelaku UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode *survey* digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini. Metode *survey* yaitu suatu metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner. Kuesioner digunakan sebagai instrumen pengumpulan data, pertanyaan-pertanyaannya dirancang untuk mengukur variabel yang relevan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, jawaban responden dengan skala Likert. Penelitian ini menggunakan lima item penelitian dengan skala Likert, meliputi:

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5.
2. Jawaban Setuju (S) diberi nilai 4.
3. Jawaban Netral (N) diberi nilai 3.
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2.
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1.

3.4 Variabel Penelitian

Menurut Waruwu (2023), variabel penelitian merupakan fokus perhatian yang mempunyai nilai khusus sehingga dapat memengaruhi keadaan tertentu. Penulis menggunakan dua variabel, antara lain variabel independen dan variabel dependen. Variabel yang diyakini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen biasa disebut variabel independen, sedangkan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen biasa disebut sebagai variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, kinerja UMKM menjadi variabel dependen, sedangkan *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi menjadi variabel independen.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Dalam rangka mengkonseptualisasikan variabel penelitian sebagai dimensi dan indikator yang akan digunakan untuk menyusun instrumen kuesioner, maka digunakan operasionalisasi variabel. Berikut ini representasi penjabaran dari setiap variabel yang sedang diteliti:

3.5.1 *E-commerce*

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui *platform digital*. Menurut Fitrah dan Yuliati (2023), *e-commerce* adalah tahap pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, serta informasi melalui internet.

Untuk pengukuran *e-commerce*, penelitian ini akan menggunakan indikator menurut Prasetio dkk. (2021) sebagai berikut:

1. Efisiensi biaya pengeluaran.
2. Reputasi.
3. Pemasaran.
4. Kemudahan dalam berbisnis *online*.

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dibuat pedoman pertanyaan maupun pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3. 1
Pedoman Pertanyaan Variabel *E-commerce*

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
1.	Efisiensi biaya pengeluaran.	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk mengefisiensikan biaya pengeluaran dalam memulai usaha.	Skala Likert (1-5)

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
2.	Reputasi	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan reputasi usaha.	Skala Likert (1-5)
3.	Pemasaran	Saya sudah memahami bagaimana cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> .	Skala Likert (1-5)
		<i>E-commerce</i> membantu saya untuk melakukan pemasaran.	
		<i>E-commerce</i> dapat menarik investor untuk berinvestasi dalam suatu usaha.	
4.	Kemudahan dalam berbisnis <i>online</i>	<i>E-commerce</i> membantu saya dalam memperluas jangkauan usaha.	Skala Likert (1-5)

3.5.2 Akuntansi Pertanggungjawaban

Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Arifah dkk. (2022), akuntansi pertanggungjawaban adalah sistem yang dicapai dengan menilai kinerja masing-masing pusat pertanggungjawaban berdasarkan data atau informasi yang diperlukan oleh manajer untuk melakukan aktivitas bisnis di setiap pusat pertanggungjawaban.

Untuk pengukuran akuntansi pertanggungjawaban, penelitian ini akan menggunakan indikator menurut Pratiwi dan Kartika (2019) sebagai berikut:

1. Memahami kewajiban.
2. Berperan dalam menggapai tujuan.
3. Berkoordinasi dalam penyusunan anggaran.

4. Proses pencatatan transaksi.
5. Memberikan laporan.
6. Sanksi atau hukuman.
7. Memperhatikan target.
8. Meminimalisir penyimpangan.
9. Sebagai alat untuk penilaian.
10. Sebagai alat untuk mengendalikan beban.

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dibuat pedoman pertanyaan maupun pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3. 2
Pedoman Pertanyaan Variabel Akuntansi Pertanggungjawaban

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
1.	Memahami kewajiban	Dalam pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban, saya sudah memahami dengan baik kewajiban saya.	Skala Likert (1-5)
2.	Berperan dalam menggapai tujuan	Dalam usaha saya, setiap karyawan berperan dalam mencapai tujuan perusahaan.	Skala Likert (1-5)
3.	Berkoordinasi dalam penyusunan anggaran	Saya selalu melakukan koordinasi dengan karyawan dalam penyusunan maupun pelaksanaan anggaran.	Skala Likert (1-5)
4.	Proses pencatatan transaksi	Pencatatan transaksi baik penjualan maupun pengeluaran di usaha saya telah menggunakan kode rekening.	Skala Likert (1-5)
5.	Memberikan laporan	Laporan pertanggungjawaban adalah bentuk realisasi anggaran dari anggaran yang telah disusun.	Skala Likert (1-5)
6.	Sanksi dan hukuman	Sanksi atau hukuman yang saya terapkan dalam akuntansi pertanggungjawaban diberikan kepada karyawan apabila terjadi penyimpangan dari rencana yang ditetapkan.	Skala Likert (1-5)
7.	Memperhatikan target	Realisasi anggaran biaya produksi sudah sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan.	Skala Likert (1-5)
8.	Meminimalisir penyimpangan	Saya menerapkan akuntansi pertanggungjawaban untuk mengurangi penyimpangan dalam anggaran biaya produksi.	Skala Likert (1-5)

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
9.	Sebagai alat untuk penilaian	Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai dasar untuk mengevaluasi penggunaan biaya produksi.	Skala Likert (1-5)
10.	Sebagai alat untuk mengendalikan beban	Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengendalikan beban atau biaya produksi.	Skala Likert (1-5)

3.5.3 Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, norma, inti pemikiran, dan sistem yang terdapat dalam suatu organisasi. Menurut Nursetiana dkk. (2022), budaya organisasi adalah nilai-nilai yang dibangun menjadi sebuah organisasi, sehingga mereka dapat memahami satu sama lain, membuat anggota merasa seperti keluarga, dan menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lain. Budaya organisasi mencakup pedoman perilaku, pemikiran dan tindakan yang diajarkan dan diterapkan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi membentuk identitas dan kerangka kerja yang memengaruhi bagaimana individu berinteraksi, memecahkan masalah, dan melaksanakan tugas sehari-hari.

Untuk pengukuran budaya organisasi, penelitian ini menggunakan indikator-indikator menurut Putri dkk. (2023) sebagai berikut:

1. Inovatif menghitung risiko.
2. Berorientasi pada hasil yang akan dicapai.
3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan.
4. Berorientasi detail pada tugas.

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dibuat pedoman pertanyaan maupun pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3.

Tabel 3. 3
Pedoman Pertanyaan Variabel Budaya Organisasi

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
1.	Inovatif menghitung risiko	Budaya organisasi mendorong saya untuk berinovasi menciptakan ide atau gagasan baru bagi kemajuan UMKM.	Skala Likert (1-5)
		Dalam melakukan pekerjaan, saya berupaya memperkecil risiko.	
2.	Berorientasi pada hasil yang akan dicapai	Saya selalu menyampaikan tujuan dan target usaha kepada karyawan.	Skala Likert (1-5)
		Saya selalu menghargai hasil kerja, tetapi saya juga fokus pada proses kerja untuk mencapai hasil terbaik.	
3.	Berorientasi pada seluruh kepentingan karyawan	Saya seringkali membantu karyawan apabila ada yang mengalami kesulitan dalam bekerja.	Skala Likert (1-5)
		Saya berusaha menciptakan loyalitas dan kerjasama dengan karyawan untuk mencapai hasil optimal bagi perusahaan.	
4.	Berorientasi detail pada tugas	Saya memberikan arahan kepada karyawan untuk lebih memperhatikan hal detail dalam pekerjaan dengan akurat, cepat, dan cermat.	Skala Likert (1-5)
		Budaya organisasi mendorong saya untuk menyelesaikan tugas dengan penuh perhatian dan ketelitian.	

3.5.4 Kinerja UMKM

Kinerja UMKM adalah hasil yang mereka capai selama periode waktu tertentu sesuai dengan tujuan dan standar bisnis yang diharapkan, serta kemampuan mereka untuk menghasilkan nilai tambah dan pendapatan hukum. Menurut (Setiawati dkk., 2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan kinerja UMKM, penelitian ini menggunakan indikator dari Andini dkk. (2020) sebagai berikut:

1. Peningkatan omset penjualan.
2. Peningkatan *financial*.
3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja.
4. Pertumbuhan pasar yang luas.

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dibuat pedoman pertanyaan maupun pernyataan yang disajikan pada tabel 3.4.

Tabel 3. 4
Pedoman Pertanyaan Variabel Kinerja UMKM

No.	Indikator	Pedoman Pertanyaan/Pernyataan	Skala
1.	Peningkatan omset penjualan	Setiap bulan penjualan usaha saya meningkat.	Skala Likert (1-5)
		Dalam 1 tahun terakhir usaha saya mengalami peningkatan penjualan.	
2.	Peningkatan <i>financial</i>	Sebagian profit yang saya peroleh digunakan untuk menambah modal usaha.	Skala Likert (1-5)
3.	Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja yang meningkat	Saya menambah karyawan agar pesanan cepat selesai.	Skala Likert (1-5)
		Saya merekrut tenaga kerja profesional untuk meningkatkan kinerja usaha saya.	
4.	Pertumbuhan pasar yang luas	Semakin hari permintaan produk maupun jasa yang saya tawarkan semakin meningkat.	Skala Likert (1-5)

3.6 Uji Coba Kuesioner

Uji coba kuesioner dilakukan oleh penulis yang disebarkan kepada 10 responden dengan tujuan mengetahui tanggapan responden mengenai kuesioner penelitian ini. Berikut adalah tanggapan dari 15 responden uji coba kuesioner penelitian ini disajikan pada tabel 3.5.

Tabel 3. 5
Uji Coba Kuesioner

No.	Identitas Responden	Tanggapan Responden
1.	Responden 1	Kuesioner penelitian ini cukup menarik dan kalimat pertanyaannya mudah dimengerti, sehingga tidak rumit untuk menjawab.
2.	Responden 2	Sudah bagus, pernyataan-pernyataan yang diajukan tidak bertele-tele dan mudah dipahami.
3.	Responden 3	Pertanyaan yang disajikan bagus karena menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, sehingga memudahkan responden dalam menjawab pertanyaan.
4.	Responden 4	Pertanyaan dalam kuesioner sudah bagus dan kalimatnya tidak terlalu panjang sehingga mudah dimengerti.
5.	Responden 5	Pertanyaan sudah cukup bagus, yang ditanyakan sudah cukup akurat dan tidak membingungkan responden.
6.	Responden 6	Dalam pertanyaannya tidak terdapat kalimat yang berulang dan pertanyaannya sangat menarik, sehingga responden tidak merasa bosan dengan pertanyaan yang diajukan.
7.	Responden 7	Pertanyaan yang termuat dalam kuesioner mudah dipahami.
8.	Responden 8	Kalimat pertanyaannya mudah dimengerti sehingga responden mudah untuk menjawab.
9.	Responden 9	Pertanyaan-pertanyaannya sudah bagus karena sudah disusun menggunakan kalimat yang jelas dan tidak ambigu, sehingga responden mengerti maksud dari pertanyaan dalam kuesioner dan dapat menghindari biasanya jawaban responden.
10.	Responden 10	Pertanyaan kuesioner sudah bagus karena kalimatnya sudah efektif.
11.	Responden 11	Sudah bagus, tidak ada kritik atau saran.
12.	Responden 12	Pertanyaan sudah sangat sesuai, mudah dipahami juga bagi pengusaha yang sudah berumur.
13.	Responden 13	Pertanyaannya kuesioner ini sangat menarik, terutama untuk strategi penjualan.
14.	Responden 14	Pertanyaannya bagus karena mudah dimengerti.
15.	Responden 15	Pertanyaannya tidak terlalu banyak, sehingga tidak bosan saat menjawab.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dipergunakan untuk mengevaluasi tingkat kebaikan atau keaslian data yang terkumpul. Dalam penelitian ini, kualitas data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Sebuah instrumen penelitian dapat dianggap valid jika dapat secara tepat mengukur hal yang perlu diukur. Menurut Ghazali (2018), valid tidaknya suatu kuesioner diukur dengan menggunakan uji validitas. Uji Korelasi Pearson diterapkan untuk menilai uji validitas. Salah satu indikator korelasi yang diaplikasikan untuk menilai arah dan intensitas hubungan linier antara dua variabel adalah korelasi Pearson. Uji validitas akan mengevaluasi tingkat sig pada 0.05 atau 5% menggunakan metode nilai korelasi *product moment* (r). Rumus *product moment* untuk mengukur uji validitas adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

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

X : skor butir pertanyaan

Y : skor total

N : jumlah responden

Setiap pertanyaan akan diuji secara individual menggunakan korelasi *product moment* antara skor butir pertanyaan dan skor total. Suatu pertanyaan dianggap valid jika nilai korelasi yang dihitung (r_{hitung}) > nilai korelasi tabel (r_{tabel}).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran kuesioner yang dimaksudkan sebagai indikator variabel atau konstruk dilakukan untuk tujuan pengujian reliabilitas. Tujuan uji reliabilitas yaitu menilai sejauh mana instrumen pengukuran (kuesioner) dapat diandalkan atau konsisten dalam mengukur variabel atau konstruk yang diteliti. Pengujian yang baik harus dapat diandalkan dan valid. Reliabilitas tidak hanya mencakup indeks validitas tetapi juga konsistensi hasil uji. Ketergantungan juga harus tinggi jika validitasnya tinggi. Para peneliti mengaplikasikan rumus *Cronbach's Alpha* guna menentukan uji reliabilitas. Instrumen dapat diandalkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0.70. Sebaliknya, instrumen tidak dapat diandalkan apabila *Cronbach's Alpha* < 0.70 (Nunnally, 1978). Rumus *Alpha Moment* untuk mengukur uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{II} : reliabilitas instrumen.

K : jumlah pertanyaan.

\sum : jumlah varians butir.

σ_t^2 : varians total.

3.8 Metode Analisis Data

Software SPSS versi 25 digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian. Metode yang diterapkan dalam analisis data yaitu statistik deskriptif dan regresi berganda.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, statistik deskriptif diaplikasikan untuk mendeskripsikan berbagai variabel, seperti kinerja UMKM, budaya organisasi, dan akuntansi pertanggungjawaban. Statistik deskriptif tidak digunakan untuk menguji hipotesis, melainkan merupakan teknik pengujian yang berupaya menyampaikan informasi tentang data yang ada. Teknik ini diterapkan guna menjelaskan sifat-sifat data terkait. Ghazali (2018) menyatakan bahwa jumlah sampel, *mean*, standar deviasi, nilai maksimum dan minimum, serta pengukuran lainnya digunakan dalam pengujian statistik deskriptif. Tabel dan analisis data digunakan untuk menggambarkan hasil statistik deskriptif. Jawaban yang diberikan oleh responden kemudian digunakan untuk menjelaskan hasil pertanyaan.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Ketika mengaplikasikan beberapa teknik analisis linier dalam suatu penelitian, uji asumsi klasik ditujukan untuk menguji data. Pengujian asumsi klasik terhadap model regresi yang diterapkan bertujuan untuk mendeteksi apakah model regresi tersebut sesuai (Ghazali, 2018). Pendekatan kuadrat terkecil yang menghasilkan estimator linier optimal adalah dasar pembentukan model regresi.

Keberhasilan itu akan terjadi Ketika asumsi klasik yang diperlukan telah terpenuhi (Ghozali, 2018). Terdapat beberapa pengukuran yang diaplikasikan sebelum uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Data akan terdistribusi normal, apabila seseorang dapat melakukan uji normalitas. Selain itu, dapat dikatakan juga sebagai data yang berasal dari populasi atau distribusi normal. Parameter perkiraan populasi yang diamati digunakan dalam analisis parametrik. Analisis *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S) digunakan dalam pengujian ini.

Selanjutnya, *p-value* digunakan dalam uji normalisasi SPSS sesuai dengan penelitian *Kolmogorov-Smirnov*. Menurut Ghozali (2018), variabel atau set data biasanya didistribusikan jika *p-value* > 0.05 . Sebaliknya jika *p-value* < 0.05 maka variabel atau data tersebut tidak terdistribusi normal.

Prosedur uji statistiknya, antara lain:

1. Tentukan perumusan hipotesis

H_0 : data terdistribusi normal.

H_1 : data tidak terdistribusi normal.

2. Tentukan level aktual (α)

Menggunakan level aktual (α) sebesar 5% dan *Asymp. Sig.*

3. Tentukan nilai uji statistik

Uji *kolmogorov-Smirnov* digunakan dalam uji statistik.

4. Tentukan standar pengujian

H_0 diterima jika *Asymp. Sig* ≥ 0.05 atau 5%.

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Fenomena statistik yang disebut multikolinearitas terjadi ketika terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dipergunakan untuk mengidentifikasi korelasi antar variabel independen. Jika tidak ditemukan korelasi antar variabel independen, maka model regresi dianggap baik. Menurut Ghozali (2018), terdapat dua ukuran yang harus dipertimbangkan untuk menentukan ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi, antara lain nilai *tolerance* dan lawannya, serta *Variance Inflation Factor* (VIF).

Prosedur uji statistiknya, antara lain:

1. Tentukan perumusan hipotesis

H_0 : model tidak terdapat masalah multikolinearitas.

H_1 : model terdapat masalah multikolinearitas.

2. Tentukan level *tolerance*

Tingkat *tolerance* biasanya sebesar 10%.

3. Tentukan nilai uji statistik

Uji *tolerance* dan VIF digunakan dalam uji statistik.

4. Tentukan standar pengujian.

H_0 diterima jika *tolerance* > 0.10 (10%) atau VIF < 10 .

3.8.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Distribusi yang tidak merata dikenal sebagai heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menentukan apakah varians residual berbeda (Ghozali, 2018). Homoskedastisitas dideklarasikan ketika varians tetap, sedangkan heteroskedastisitas dinyatakan ketika varians yang sama tidak terjadi. Hal ini adalah harapan umum di antara para peneliti bahwa distribusi data harus menunjukkan homoskedastisitas, atau konsistensi dari waktu ke waktu. Menurut (Ghozali, 2018), untuk mendeteksi heteroskedastisitas, dilakukan uji regresi atau uji Glejser antara residu absolut sebagai variabel terikat dan variabel bebas penelitian.

Prosedur uji statistiknya, antara lain:

1. Tentukan perumusan hipotesis

H_0 : model tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

H_1 : model terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Tentukan level aktual (α)

Level aktual (α) yang digunakan sebesar 5% dan Sig t.

3. Tentukan nilai uji statistik

Koefisien regresi digunakan dalam uji statistik.

4. Tentukan standar pengujian

H_0 diterima jika sig t \geq 0.05 atau 5%.

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Pengaruh moderasi terhadap variabel independen dan variabel dependen diukur menggunakan regresi linier berganda. Tujuan analisis ini adalah untuk

menguji bagaimana *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi memengaruhi kinerja UMKM. Analisis regresi berganda menggunakan model berikut:

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

Keterangan:

Y : kinerja UMKM.

X₁ : *e-commerce*.

X₂ : akuntansi pertanggungjawaban.

X₃ : budaya organisasi.

α : konstanta.

β_1, β_2 : koefisien generasi.

e : *error terms*.

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis diaplikasikan dengan melakukan uji terhadap hipotesis yang telah diformulasikan sebelumnya. Pengujian ini mencakup uji statistik T dan uji statistik F yang dimanfaatkan untuk menggali pengaruh variabel-variabel secara keseluruhan dan masing-masing terhadap hasil penelitian.

3.8.4.1 Uji Statistik T

Uji statistik T yaitu pengujian statistik untuk membandingkan kedua kelompok. Dalam penelitian, uji statistik T paling sering digunakan. Jika sampel memenuhi persyaratan independensi, normalitas, dan varian yang sama, maka uji

statistik T yang termasuk dalam jenis metode parametri dapat diterapkan. Selanjutnya, apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, dapat diasumsikan bahwasannya variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya.

Prosedur uji statistiknya, antara lain:

1. Tentukan perumusan hipotesis

$H_0 : \beta = \beta_0$ (tidak terdapat pengaruh antara X dan Y).

$H_1 : \beta \neq \beta_0$ (ada pengaruh antara X dan Y).

2. Tentukan level aktual (α)

Level aktual (α) yang digunakan sebesar 5%.

3. Tentukan nilai uji statistik

Uji T digunakan dalam uji statistik.

4. Tentukan standar pengujian

H_0 diterima jika $p\text{-value (sig. +)} \geq 0.05$ atau 5%.

H_0 ditolak jika $p\text{-value (sig. t)} < 0.05$ atau 5%.

3.8.4.2 Uji Statistik F

Uji statistik F yaitu pengujian statistik untuk mengevaluasi semua model guna menentukan apakah memenuhi persyaratan kelayakan atau tidak. Nilai F_{hitung} yang diperoleh selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} .

Prosedur uji statistiknya, antara lain:

1. Tentukan perumusan hipotesis

H_0 : model tidak memenuhi kelayakan model.

H_1 : model memenuhi kelayakan model.

2. Tentukan level aktual (α)

Level aktual (α) yang digunakan sebesar 5%.

3. Tentukan nilai uji statistik.

Uji F digunakan dalam uji statistik.

4. Tentukan standar pengujian

H_0 diterima jika Sig. F \geq 0.05 atau 5%.

H_0 ditolak jika Sig. F $<$ 0.05 atau 5%.

3.8.4.3 Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Koefisien determinasi atau R^2 dimanfaatkan ketika memeriksa perbedaan antara dua variabel. Tujuannya yaitu untuk menentukan seberapa kuat kaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Kisaran R^2 adalah 0 hingga 1. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen sangat terbatas untuk menguraikan variabel dependen. Sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen disediakan oleh variabel independen (Ghozali, 2018). Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen meningkat dengan besarnya hasil (Ghozali, 2018).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Penjelasan mengenai karakteristik responden dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan beberapa kriteria seperti jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir pemilik usaha, jenis usaha, dan lama usaha.

4.1.1 Jenis Kelamin

Penelitian ini fokus pada dua kategori jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Sementara itu, rincian jumlah dan persentase pada setiap kategori dapat diuraikan dalam tabel 4.1.

Tabel 4. 1
Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	26.2%
Perempuan	90	73.8%
Total	122	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.1, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas pemilik UMKM adalah perempuan, mencapai 73.8% yaitu sebanyak 90 orang. Sementara itu, laki-laki menyumbang sebesar 26.2% yaitu sebanyak 32 orang dari pemilik UMKM.

4.1.2 Usia

Usia responden dikelompokkan ke dalam empat kategori, yakni usia 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan di atas 50 tahun. Sementara itu, rincian jumlah dan persentase pada setiap kategori dapat diuraikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4. 2
Klasifikasi Responden berdasarkan Usia

Kategori	Jumlah	Persentase
20-30 tahun	96	78.7%
31-40 tahun	19	15.6%
41-50 tahun	4	3.3%
>50 tahun	3	2.5%
Total	122	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.2, dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden berusia antara 20-30 tahun, mencapai 78.7% sejumlah 96 orang. Sementara itu, 15.6% berada dalam rentang usia 31-40 tahun sejumlah 19 orang, 3.3% berusia antara 41-50 tahun sejumlah 4 orang, dan 2.5% berusia di atas 50 tahun sejumlah 3 orang.

4.1.3 Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden terbagi dalam lima kategori, yaitu tingkat SD, SMP, SMA/SMK, S1, dan S2. Sementara itu, rincian jumlah dan persentase pada setiap kategori dapat diuraikan dalam tabel 4.3.

Tabel 4. 3
Klasifikasi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori	Jumlah	Persentase
SD	0	0%
SMP	1	0.8%
SMA/SMK	46	37.7%
S1	67	54.9%
S2	8	6.6%
Total	122	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.3, dapat ditarik kesimpulan bahwa 0% pemilik UMKM menyelesaikan pendidikan hingga tingkat SD, 0.8% lulus dari SMP sebanyak 1 orang, dan 37.7% mencapai tingkat SMA sebanyak 46 orang. Sebagian besar pemilik UMKM yaitu 54.9% memiliki pendidikan tingkat S1 sebanyak 67 orang, sementara 6.6% merupakan lulusan S2 sebanyak 8 orang.

4.1.4 Jenis Usaha

Jenis usaha pemilik UMKM dikelompokkan berdasarkan lima kategori, antara lain kuliner, *fashion*, kriya, jasa, dan lainnya. Sementara itu, rincian jumlah dan persentase pada setiap kategori dapat diuraikan dalam tabel 4.4.

Tabel 4. 4
Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Usaha

Kategori	Jumlah	Persentase
Kuliner	43	35.2%
<i>Fashion</i>	29	23.8%
Kriya	27	22.1%
Jasa	10	8.2%
Lainnya	13	10.7%
Total	122	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.4, dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar pelaku UMKM bergerak di bidang kuliner sebanyak 43 pelaku usaha dengan persentase sebesar 35.2%. Selanjutnya sebanyak 29 pelaku usaha bergerak di bidang fashion dengan persentase sebesar 23.8%, sebanyak 27 pelaku usaha bergerak di bidang kriya dengan persentase sebesar 22.1%, sebanyak 10 pelaku usaha bergerak di bidang jasa dengan persentase sebesar 8.2%, dan 13 pelaku usaha dengan persentase sebesar 10.7% bergerak di bidang lainnya.

4.1.5 Lama Usaha

Pada penelitian ini, lama berdirinya UMKM diklasifikasikan ke dalam empat kategori, yaitu 1-2 tahun, 3-4 tahun, 5-6 tahun, dan lebih dari 6 tahun. Sementara itu, rincian jumlah dan persentase pada setiap kategori dapat diuraikan dalam tabel 4.5.

Tabel 4. 5
Klasifikasi Responden berdasarkan Lama Usaha

Kategori	Jumlah	Persentase
1-2 tahun	51	41.8%
3-4 tahun	49	40.2%
5-6 tahun	12	9.8%
>6 tahun	10	8.2%
Total	122	100%

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.5, mayoritas UMKM yakni sebesar 41.8% atau sebanyak 51 UMKM telah ada selama 1-2 tahun. Kemudian 40.2% sudah berdiri selama 3-4 tahun yaitu sebanyak 49 UMKM. Adapun yang telah

berdiri sejak 5-6 tahun yaitu sebesar 9.8% berjumlah 12 UMKM, dan lebih dari 6 tahun sebesar 8.2% yang berjumlah 10 UMKM.

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Pengaplikasian nilai minimum, maksimum, *mean*, serta standar deviasi dari pendapat responden untuk tiap variabel dilakukan untuk menganalisis statistik deskriptif. Temuan ini mengindikasikan penilaian tentang kinerja UMKM terhadap semua variabel penelitian. Hal ini dijelaskan dalam analisis deskriptif pada tabel 4.6.

Tabel 4. 6
Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-commerce</i>	122	17.00	30.00	25.4344	2.70288
Akuntansi Pertanggungjawaban	122	24.00	50.00	38.2541	5.09507
Budaya Organisasi	122	24.00	40.00	33.7623	3.73293
Kinerja UMKM	122	13.00	30.00	22.4426	3.61139
Valid N (listwise)					

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum pada tabel 4.6, ditarik kesimpulan deskriptif dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

1. *E-commerce*

Pada variabel *e-commerce*, analisis statistik deskriptif menghasilkan nilai minimum sebesar 17.00 serta nilai maksimum sebesar 30.00. Variabel *e-commerce* mempunyai nilai *mean* sebesar 25.4344, dengan standar deviasi sebesar 2.70288.

2. Akuntansi Pertanggungjawaban

Pada variabel akuntansi pertanggungjawaban, analisis statistik deskriptif menghasilkan nilai minimum sebesar 24.00 dan nilai maksimum sebesar 50.00. Variabel akuntansi pertanggungjawaban mempunyai nilai *mean* sebesar 38.2541, dengan standar deviasi sebesar 5.09507.

3. Budaya Organisasi

Pada variabel budaya organisasi, analisis statistik deskriptif menghasilkan nilai minimum sebesar 24.00 dan nilai maksimum sebesar 40.00. Variabel budaya organisasi mempunyai nilai *mean* sebesar 33.7623, dengan standar deviasi sebesar 3.73293.

4. Kinerja UMKM

Pada variabel kinerja UMKM, analisis statistik deskriptif menghasilkan nilai minimum sebesar 13.00 dan nilai maksimum sebesar 30.00. Variabel kinerja UMKM mempunyai nilai *mean* sebesar 22.4426, dengan standar deviasi sebesar 3.61139.

4.3 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dipergunakan untuk mengevaluasi tingkat kebaikan atau keaslian data yang terkumpul. Dalam penelitian ini, kualitas data diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

4.3.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), valid tidaknya kuesioner diukur dengan menggunakan uji validitas. Setiap instrumen pertanyaan tersebut dianggap valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (taraf signifikansi 5%). Terdapat 4 variabel penelitian yang diaplikasikan dalam penelitian ini, antara lain *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, budaya organisasi, dan kinerja UMKM. Kuesioner penelitian ini terdiri atas 30 instrumen pertanyaan yang telah diisi oleh 122 pelaku UMKM sebagai responden pada penelitian ini. Variabel *e-commerce* menggunakan 6 instrumen pertanyaan, selanjutnya variabel akuntansi pertanggungjawaban menggunakan 10 instrumen pertanyaan, kemudian variabel budaya organisasi menggunakan 8 instrumen pertanyaan, dan variabel kinerja UMKM menggunakan 6 instrumen pertanyaan. Perhitungan untuk r_{tabel} 5% yaitu $df = (N-2)$, sehingga r_{tabel} 5% (122-2) menghasilkan r_{tabel} 5% (120). Pengujian ini dianggap valid apabila skor atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ 5% (120) yakni sebesar 0.1779. Berikut hasil uji validitas yang diuraikan dalam tabel 4.7, 4.8, 4.9, dan 4.10.

Tabel 4.7
Uji Validitas *E-commerce*

Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel} 5% (120)	Keterangan
X _{1.1}	0.614	0.1779	Valid
X _{1.2}	0.717	0.1779	Valid
X _{1.3}	0.699	0.1779	Valid
X _{1.4}	0.661	0.1779	Valid
X _{1.5}	0.631	0.1779	Valid
X _{1.6}	0.674	0.1779	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4. 8
Uji Validitas Akuntansi Pertanggungjawaban

Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel 5% (120)}	Keterangan
X _{2.1}	0.625	0.1779	Valid
X _{2.2}	0.626	0.1779	Valid
X _{2.3}	0.684	0.1779	Valid
X _{2.4}	0.634	0.1779	Valid
X _{2.5}	0.718	0.1779	Valid
X _{2.6}	0.717	0.1779	Valid
X _{2.7}	0.678	0.1779	Valid
X _{2.8}	0.731	0.1779	Valid
X _{2.9}	0.693	0.1779	Valid
X _{2.10}	0.639	0.1779	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4. 9
Uji Validitas Budaya Organisasi

Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel 5% (120)}	Keterangan
X _{3.1}	0.594	0.1779	Valid
X _{3.2}	0.657	0.1779	Valid
X _{3.3}	0.782	0.1779	Valid
X _{3.4}	0.677	0.1779	Valid
X _{3.5}	0.748	0.1779	Valid
X _{3.6}	0.735	0.1779	Valid
X _{3.7}	0.718	0.1779	Valid
X _{3.8}	0.774	0.1779	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4. 10
Uji Validitas Kinerja UMKM

Instrumen	r_{hitung}	r_{tabel 5% (120)}	Keterangan
Y.1	0.738	0.1779	Valid
Y.2	0.726	0.1779	Valid
Y.3	0.620	0.1779	Valid
Y.4	0.756	0.1779	Valid
Y.5	0.728	0.1779	Valid
Y.6	0.817	0.1779	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7, 4.8, 4.9, dan 4.10, nilai r_{hitung} dan r_{tabel} dari setiap butir pertanyaan pada tiap variabel penelitian dapat dianalisis. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.1779) pada tingkat signifikansi 5%, yang menyimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dianggap valid dan layak sebagai alat pengukuran data dalam penelitian.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Pengukuran kuesioner yang dimaksudkan sebagai indikator variabel atau konstruk dilakukan untuk tujuan pengujian reliabilitas. Tujuan uji reliabilitas yaitu menilai sejauh mana instrumen pengukuran (kuesioner) dapat diandalkan atau konsisten dalam mengukur variabel atau konstruk yang diteliti. Pengujian yang baik harus dapat diandalkan dan valid. Reliabilitas tidak hanya mencakup indeks validitas tetapi juga konsistensi hasil uji. Ketergantungan juga harus tinggi jika validitasnya tinggi. Instrumen dapat diandalkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.7. Sebaliknya, instrumen tidak dapat diandalkan apabila *Cronbach's Alpha* $<$ 0.7 (Nunnally, 1978). Berikut hasil uji reliabilitas diuraikan dalam tabel 4.11.

Tabel 4. 11
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0.727	Reliabel
Akuntansi Pertanggungjawaban	0.859	Reliabel
Budaya Organisasi	0.857	Reliabel
Kinerja UMKM	0.824	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.11, dapat dilihat bahwa semua variabel dalam penelitian ini dianggap reliabel karena nilai koefisien

Cronbach's Alpha > 0.70. Kesimpulan ini menegaskan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut dapat diandalkan dan layak digunakan sebagai alat pengukuran untuk penelitian berikutnya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Ketika mengaplikasikan beberapa teknik analisis linier dalam suatu penelitian, uji asumsi klasik ditujukan untuk menguji data. Pengujian asumsi klasik terhadap model regresi yang diterapkan bertujuan untuk mendeteksi apakah model regresi tersebut sesuai (Ghozali, 2018). Terdapat beberapa pengukuran yang diaplikasikan sebelum uji asumsi klasik, antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

4.4.1 Uji Normalitas

Data akan terdistribusi normal, apabila seseorang dapat melakukan uji normalitas. Selain itu, dapat dikatakan juga sebagai data yang berasal dari populasi atau distribusi normal. Analisis *Kolmogorov-Smirnov* (uji K-S) digunakan dalam pengujian ini. Selanjutnya, *p-value* digunakan dalam uji normalisasi SPSS sesuai dengan penelitian *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut hasil uji normalitas yang diuraikan dalam tabel 4.12.

Tabel 4. 12
Uji Normalitas

Variabel	Asymp.Sig (2-tailed)	Keterangan
<i>E-commerce</i> , Akuntansi Pertanggungjawaban, dan Budaya Organisasi	0.169	Normal

Sumber: Data diolah, 2024

Dari informasi yang tercantum dalam tabel 4.12, didapatkan nilai *probability value* sebesar 0.169. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai *probability value* > 0.05 , maka ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal dan dapat dimanfaatkan untuk penelitian.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi dianggap baik apabila tidak ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Hasil dari uji multikolinearitas diuraikan dalam tabel 4.13.

Tabel 4. 13
Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0.639	1.565	Tidak terjadi multikolinearitas
Akuntansi Pertanggungjawaban	0.746	1.341	Tidak terjadi multikolinearitas
Budaya Organisasi	0.612	1.633	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.13, Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10 mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Variabel *e-commerce* memiliki nilai VIF sebesar $1.565 < 10$ dengan nilai *tolerance* sebesar $0.639 > 0,10$, selanjutnya variabel akuntansi pertanggungjawaban memiliki nilai VIF sebesar $1.341 < 10$ dengan nilai *tolerance* sebesar $0.746 > 0.10$, dan variabel budaya organisasi memiliki nilai VIF sebesar $1.633 < 10$ dengan nilai *tolerance* sebesar $0.612 > 0.10$. Dari uraian tersebut, maka

diperoleh kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada seluruh variabel independen. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi di antara variabel-variabel independent, maka layak digunakan untuk analisis berikutnya.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas ditujukan guna menentukan apakah varians residual berbeda. Uji regresi atau uji Glejser antara residu absolut sebagai variabel dependen dan variabel independen penelitian digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Berikut hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini dapat diuraikan dalam tabel 4.14.

Tabel 4. 14
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0.783	Tidak ada heteroskedastisitas
Akuntansi Pertanggungjawaban	0.465	Tidak ada heteroskedastisitas
Budaya Organisasi	0.074	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.14, nilai Sig. dari variabel *e-commerce* sebesar $0.783 > 0.05$, akuntansi pertanggungjawaban sebesar $0.465 > 0.05$, dan budaya organisasi sebesar $0.074 > 0.05$, sehingga diperoleh kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada ketiga variabel independen.

4.5 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dipergunakan untuk menguji bagaimana *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban dan budaya organisasi memengaruhi kinerja UMKM. Hasil analisis ini diuraikan dalam tabel 4.15.

Tabel 4. 15
Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.
(Constant)	0.148	0.960
<i>E-commerce</i>	0.275	0.030
Akuntansi Pertanggungjawaban	0.166	0.008
Budaya Organisasi	0.265	0.005

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang ditampilkan dalam tabel 4.15, dapat dilihat bentuk persamaan regresi untuk kinerja UMKM adalah:

$$Y = 0.148 + 0.275X_1 + 0.166X_2 + 0.265X_3$$

Dari data yang ditampilkan dalam tabel 4.15, maka dapat ditarik kesimpulan hasilnya, antara lain:

1. Konstanta (α) sebesar 0.148 menegaskan bahwa ketika variabel *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi memiliki nilai 0, maka kinerja UMKM juga akan memiliki nilai sebesar 0.148.
2. Koefisien regresi untuk variabel *e-commerce* adalah 0.275, menandakan bahwa setiap kenaikan satu persen dalam *e-commerce* akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.275 pada kinerja UMKM, dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

3. Koefisien regresi pada variabel akuntansi pertanggungjawaban adalah 0.166, menandakan bahwa setiap kenaikan satu persen dalam akuntansi pertanggungjawaban akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.166 pada kinerja UMKM, dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.
4. Koefisien regresi pada variabel budaya organisasi adalah 0.265, menandakan bahwa setiap kenaikan satu persen dalam budaya organisasi akan menghasilkan peningkatan sebesar 0.265 pada kinerja UMKM, dengan asumsi nilai variabel lainnya tetap.

4.6 Koefisien Determinasi (Uji *R Square*)

Koefisien determinasi atau R^2 dimanfaatkan ketika memeriksa perbedaan antara dua variabel. Tujuannya yaitu untuk menentukan seberapa kuat kaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Berikut hasil uji *R Square* diuraikan dalam tabel 4.16.

Tabel 4. 16
Uji *R Square*

Nilai <i>R</i>	Nilai <i>R Square</i>	Nilai <i>Adjusted R Square</i>
0.581	0.338	0.321

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.16, diperoleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0.321. Mengindikasikan bahwa 32.1% perubahan kinerja UMKM dapat dipaparkan oleh variabel *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi. Adapun sisanya sebesar 67.9% dipaparkan oleh beragam faktor lain di luar variabel yang diteliti di studi ini.

4.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis diaplikasikan dengan melakukan uji terhadap hipotesis yang telah diformulasikan sebelumnya. Pengujian ini mencakup uji statistik F dan uji statistik T yang dimanfaatkan untuk menggali pengaruh variabel-variabel secara keseluruhan dan masing-masing terhadap hasil penelitian.

4.7.1 Uji Statistik F

Uji statistik F yaitu pengujian statistik yang bertujuan untuk mengevaluasi semua model guna menentukan apakah memenuhi persyaratan kelayakan atau tidak. Berikut hasil uji statistik F diuraikan dalam tabel 4.17.

Tabel 4. 17
Uji Statistik F

F	Sig.
20.053	0.000

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.17, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi Sig. sebesar 0.000, mengindikasikan bahwa nilai signifikansi Sig. < 0.05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, serta budaya organisasi secara bersama-sama memengaruhi kinerja UMKM.

4.7.2 Uji Statistik T

Uji statistik T yaitu pengujian statistik yang bertujuan membandingkan kedua kelompok. Ketika nilai t_{hitung} lebih besar dibandingkan t_{tabel} , dapat diasumsikan

bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya. Hasil uji statistik T diuraikan dalam tabel 4.18.

Tabel 4. 18
Uji Statistik T

Variabel	t	Sig.
(Constant)	0.051	0.960
<i>E-commerce</i>	2.197	0.030
Akuntansi pertanggungjawaban	2.700	0.008
Budaya organisasi	2.861	0.005

Sumber: Data diolah, 2024

Nilai t_{tabel} didapatkan dari $0.05/2$ ($N-k-1$) di mana t_{tabel} 0.025 (122-3-1), maka hasil untuk t_{tabel} 0.025 (118) adalah 1.980. Dari data yang tercantum dalam tabel di atas, maka dapat dilihat hasil dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara persial satu persatu (t_{hitung}). Berikut ini adalah pembahasannya:

1. Pada uji statistik T variabel *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, didapatkan hasil di mana t_{hitung} (2.197) > t_{tabel} (1.980) dan $p-value = 0.030 < 0.05$. Oleh sebab itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada taraf signifikansi 5%, terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM.
2. Pada uji statistik T variabel akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM, didapatkan hasil di mana t_{hitung} (2.700) > t_{tabel} (1.980) dan $p-value = 0.008 < 0.05$. Oleh sebab itu, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada taraf signifikansi 5%, terdapat pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM.

3. Pada uji statistik T variabel budaya organisasi terhadap kinerja UMKM, didapatkan hasil di mana $t_{hitung} (2.861) > t_{tabel} (1.980)$ dan $p-value = 0.005 < 0.05$. Oleh sebab itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada taraf signifikansi 5%, terdapat pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja UMKM.

Dengan demikian, diperoleh kesimpulan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan pengujian data, hasil analisis pengujian hipotesis diringkas seperti pada tabel 4.19.

Tabel 4. 19
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Kode	Hipotesis	Hasil
H1	<i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Didukung
H2	Akuntansi Pertanggungjawaban berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Didukung
H3	Budaya Organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.	Didukung

Sumber: Data diolah, 2024

Dari data yang tercantum dalam tabel 4.19, maka pembahasan hasilnya, antara lain:

4.8.1 Pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis pertama menguji adanya pengaruh positif *e-commerce* terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil pengujian menegaskan bahwa *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penerapan *e-commerce* menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk mereka. *E-commerce* juga menawarkan kemudahan proses jual beli secara *online* dengan menyediakan informasi pengiriman yang lebih pesat kepada konsumen, memfasilitasi pengiriman dan penerimaan pesanan secara cepat, serta mendukung pembayaran *online* atau elektronik (Wahyuni dkk., 2021). Menurut Setiawati dkk. (2021), pemilik UMKM memiliki fleksibilitas untuk mengelola bisnis mereka sendiri dengan membuat toko *offline* atau menjalankan penjualan secara *online* melalui *platform e-commerce*.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori agensi yang memaparkan bahwa dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai *principal* yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan sebagai *agent* yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja mereka. Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan

baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global. Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Dengan demikian, semakin banyak penggunaan *e-commerce* maka kinerja UMKM akan semakin meningkat (Wahyuni dkk., 2021).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Setiawati dkk. (2021) dan Wahyuni dkk. (2021) yang menegaskan bahwa *e-commerce* memengaruhi kinerja UMKM. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian Prasetyo dan Farida (2022) yang menegaskan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh perbedaan jumlah sampel antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022). Penelitian ini menggunakan 122 responden, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) hanya menggunakan 71 responden. Selain perbedaan jumlah sampel, terdapat juga perbedaan pada objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta, sementara penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) berfokus pada UMKM di Kota Magelang.

4.8.2 Pengaruh Akuntansi Pertanggungjawaban terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis kedua menguji adanya pengaruh positif akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil pengujian menegaskan bahwa akuntansi pertanggungjawaban

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hal ini disebabkan karena pada saat membuat usaha baru, akuntansi pertanggungjawaban sangat diperlukan dalam proses mengelola operasional usaha. Dalam organisasi, akuntansi pertanggungjawaban diperlukan untuk membantu manajer melakukan pengawasan, terutama ketika organisasi menghadapi kesulitan (Arifah dkk., 2022). Akuntansi pertanggungjawaban diidentifikasi sebagai metode akuntansi administratif yang bertujuan untuk mendukung kontrol kinerja melalui pemberian tanggung jawab atas biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019).

Hasil penelitian ini selaras dengan teori agensi yang menguraikan bahwa dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM terdapat hubungan atau kontrak antara pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) dalam hal pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha. Keuangan suatu perusahaan harus dikelola dengan baik melalui penganggaran yang sebaik-baiknya, sehingga diperlukan penelitian mengenai keberadaan dan penerapan akuntansi pertanggungjawaban. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam organisasi menjamin adanya manfaat yang berbeda-beda dalam penerapan akuntansi pertanggungjawaban, karena setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai manfaatnya masing-masing (Arifah dkk., 2022). Manajer dan pemilik usaha dapat menetapkan wewenang dan tanggung jawab kepada bawahan secara lebih efektif dengan akuntansi pertanggungjawaban, tanpa harus mengawasi seluruh aktivitas dalam perusahaan. Dengan demikian,

pemantauan ini dapat membantu mengatasi masalah agensi dengan memastikan bahwa kegiatan operasional sesuai dengan tujuan organisasi.

Penerapan akuntansi pertanggungjawaban diharapkan dapat memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha. Semakin tinggi tingkat penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam lingkungan pertanggungjawaban seseorang, semakin besar kemungkinan kinerja manajerial meningkat (Pratiwi & Kartika, 2019). Sistem akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang dan memengaruhi tujuan pekerjaan agar lebih terorganisir untuk meningkatkan kinerja usaha serta mencapai tujuan organisasi (Arifah dkk., 2022). Semakin efektif penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam sebuah perusahaan, semakin baik juga kinerja usahanya.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Arifah dkk. (2022) dan Pratiwi dan Kartika (2019) yang menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial. Demikian pula penelitian Sari dan Amalia (2019) yang menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

4.8.3 Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta

Hipotesis ketiga menguji adanya pengaruh positif budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil pengujian menegaskan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hal ini disebabkan karena budaya organisasi yang baik menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk. Budaya organisasi yaitu representasi prinsip, nilai, dan norma yang diterima dan diterapkan oleh anggota organisasi, memastikan pemahaman, refleksi, dan keterlibatan terhadap isu dan kebijakan, serta melaksanakan tugas dengan tepat (Setiawati dkk., 2021).

Hasil penelitian ini selaras dengan teori agensi yang menguraikan bahwa dalam konteks pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja UMKM, pemilik UMKM (*principal*) memberi wewenang kepada manajer atau karyawan (*agent*) untuk mewujudkan budaya organisasi yang kuat serta positif, sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, manajer atau pemilik usaha sebagai *principal* dapat mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang dengan dukungan budaya organisasi yang inovatif dan kreatif. Budaya organisasi positif dapat meningkatkan inovasi, motivasi, kinerja karyawan, dan kinerja bisnis (Frinaldi dkk., 2023).

Budaya organisasi yang kuat dan positif akan mendorong keterlibatan pekerja secara maksimal, karena pekerja merasa terhubung dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi. Nilai-nilai budaya organisasi juga membawa perbedaan bagi perusahaan, sehingga budaya organisasi setiap perusahaan berbeda (Lestari dkk., 2021). Pelaku UMKM yang mempunyai ciri budaya yang kuat, seperti kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, cenderung dapat memahami dan menangkap peluang untuk mempertahankan bisnisnya, serta mengelola kinerja bisnisnya secara

lebih efektif. Pemilik UMKM perlu mengenalkan budaya organisasi kepada karyawan agar perilaku mereka sesuai dengan yang diinginkan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dan kinerja perusahaan meningkat (Nursetiana dkk., 2022).

Dengan membentuk budaya yang sesuai, organisasi dapat meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dengan kepentingan *principal*. Teori agensi menunjukkan bahwa komunikasi yang baik dan kerjasama antara *principal* dan *agent* dapat mengurangi konflik dalam hubungan agensi. Budaya organisasi yang menekankan kolaborasi, komunikasi terbuka, dan semangat kerja tim akan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dalam penelitian Nursetiana dkk. (2022), Lestari dkk. (2021), dan Setiawati dkk. (2021) yang menegaskan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni dkk. (2021) yang menunjukkan bahwa kinerja UMKM budaya organisasi tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja UMKM. Hal ini disebabkan perbedaan jumlah sampel antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni dkk. (2021). Penelitian ini menggunakan 122 responden, sementara penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) hanya menggunakan 71 responden, serta jumlah sampel yang digunakan oleh Wahyuni dkk. (2021) sebanyak 129 responden. Selain perbedaan jumlah sampel, terdapat juga perbedaan pada objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan penelitian

yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni dkk. (2021) berfokus pada UMKM di Kota Magelang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebanyak 122 responden pelaku UMKM industri kreatif di DIY digunakan sebagai sampel penelitian. Sebanyak 32.1% perubahan kinerja UMKM mampu dipaparkan oleh variabel *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi. Adapun sisanya sebesar 67.9% dipaparkan oleh beragam faktor lain di luar variabel yang diteliti di studi ini.

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menegaskan bahwa semakin tinggi penggunaan *e-commerce* maka kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta akan semakin meningkat.
2. Akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menegaskan bahwa semakin efektif penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam sebuah perusahaan, semakin baik juga kinerja usahanya.

3. Budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal tersebut menegaskan bahwa budaya organisasi yang menekankan kolaborasi, komunikasi terbuka, dan semangat kerja tim akan memberikan kontribusi positif terhadap kinerja UMKM, sehingga kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta akan terus meningkat.

5.2 Implikasi Penelitian

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disajikan temuan penelitian ini dengan implikasi untuk masing-masing pihak sebagai berikut:

- a. Pemilik UMKM:

Dengan mengetahui *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi biaya pengeluaran, maka pemilik UMKM perlu berinvestasi dalam pengembangan dan penerapan *platform e-commerce* yang sesuai untuk usaha mereka. Mereka perlu memahami teknologi dan strategi pemasaran *online* untuk memaksimalkan keuntungan dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, penting bagi mereka memahami kewajiban keuangan mereka dan menerapkan akuntansi pertanggungjawaban yang efektif. Hal ini akan membantu mereka dalam mengelola keuangan secara lebih terorganisir dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang dimiliki. Pemilik UMKM perlu menciptakan budaya organisasi yang inovatif dan terbuka terhadap risiko. Mereka harus memotivasi karyawan untuk berpikir kreatif dan

menghitung risiko secara bijaksana dalam rangka mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

b. Manajer atau karyawan:

Manajer atau karyawan perlu mengembangkan keterampilan dalam menggunakan *platform e-commerce* dan memahami pentingnya efisiensi biaya pengeluaran. Mereka harus mampu mengelola operasi *e-commerce* dengan baik untuk meningkatkan penjualan dan memaksimalkan keuntungan. Selain itu, manajer atau karyawan perlu memahami kewajiban keuangan perusahaan dan bertanggung jawab atas pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban. Mereka harus transparan dalam pelaporan keuangan dan mengelola anggaran dengan bijaksana. Manajer atau karyawan juga perlu terlibat dalam menciptakan budaya organisasi yang inovatif dan proaktif dalam menghitung risiko. Manajer atau karyawan harus memperkuat kolaborasi tim, komunikasi terbuka, dan semangat kerja untuk mencapai tujuan bersama.

c. Pihak eksternal:

Konsumen dan mitra bisnis perlu menyadari pentingnya efisiensi biaya pengeluaran dalam bisnis UMKM. Mereka dapat mendukung UMKM dengan menjadi pelanggan setia dan berpartisipasi dalam transaksi *online*. Selain itu, pemberi pinjaman dan investor perlu memahami praktik akuntansi pertanggungjawaban UMKM untuk menilai kestabilan keuangan dan potensi pertumbuhan bisnis. Mereka dapat memberikan dukungan finansial kepada UMKM yang memiliki sistem akuntansi yang baik. Komunitas bisnis dan

lembaga pemerintah juga perlu memberikan dukungan dan sumber daya kepada UMKM yang mendorong budaya organisasi yang inovatif dan progresif. Mereka dapat memberikan pelatihan, pendampingan, dan insentif untuk membantu UMKM mencapai potensi penuh mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden lama dikumpulkan, dikarenakan sulit mencari UMKM yang sesuai kriteria. Pelaku UMKM di DIY masih banyak yang belum mengaplikasikan *e-commerce*, sebagian besar UMKM di DIY yang sudah menggunakan *e-commerce* baru beroperasi selama kurang dari 1 tahun. Indikator yang digunakan pada ketiga variabel independen dalam penelitian ini masih belum dapat mewakili variabel tersebut pada kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan hasil uji *R Square* menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.321. Hal ini mengindikasikan bahwa 32.1% perubahan kinerja UMKM dapat dipaparkan oleh variabel *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi. Adapun sisanya sebesar 67.9% dipaparkan oleh beragam faktor lain di luar variabel yang diteliti di studi ini.

5.4 Saran

Dengan mempertimbangkan keterbatasan penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian berikutnya, antara lain:

1. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan populasi dengan menyertakan kota-kota lain, sehingga dapat mencakup wilayah yang lebih luas.
2. Penelitian berikutnya dapat menambahkan teknik wawancara langsung selain kuesioner, sehingga data dari responden dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai kondisi UMKM yang sebenarnya.
3. Penelitian berikutnya dapat menambah variabel independen lain yang belum dimasukkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M., Primasari, D., & Widianingsih, R. (2019). Pengaruh strategi bisnis, kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku umkm terhadap kinerja umkm bidang kuliner di kabupaten purbalingga. *Jurnal Optimum*, 9(2), 145–157.
- Akunut, E. C., Zuhroh, D., Wasesa, T., & Wiratna, W. (2023). Peranan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat pengendalian biaya pada pt sarana metal jayabaya di surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 248-255.
- Alex, P. (2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Metode Penelitian Kuantitatif : Pengertian, Jenis, Contoh Lengkap (pengajar.co.id)
- Andini, M., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh pemanfaatan teknologi, kreativitas, dan inovasi terhadap kinerja umkm himpunan pengusaha kecil dan mikro indonesia di banjarmasin (studi kasus pada sektor kuliner di masa covid-19). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(03), 91-101.
- Arifah, A. N., Azizah, L. N., & Indriasih, D. (2022). Pengaruh penerapan akuntansi pertanggungjawaban, komitmen organisasi, dan kompetensi terhadap kinerja manajerial. *Manajemen*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.107>
- da Lopez, P. A. S., Alexander, S. W., & Latjandu, L. D. (2021). Penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat penilaian kinerja pusat biaya pada hotel sutanraja amurang. *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 16(4), 312-322.
- Dataku DIY. (2023). *Aplikasi dataku daerah istimewa yogyakarta*. Daerah DIY - UMKM (jogjaprovo.go.id)
- Eisenhardt, K. M. (1989). Agency theory: an assessment and review. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57–74. <https://doi.org/10.2307/258191>
- Fajri, C., Rahman, Y. T., & Wahyudi, W. (2021). Membangun kinerja melalui lingkungan kondusif, pemberian motivasi, dan proporsional beban kerja. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 211-220.
- Favian, H., Sabijono, H., & Tirayoh, V. Z. (2021). Analisis akuntansi pertanggungjawaban dalam penilaian kinerja pusat pendapatan pada pt pos indonesia (persero) manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 9(1), 536–542.
- Fitrah, M. N., & Yuliati. (2023). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerja umkm di kota malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 91-101.
- Fitriani, S., Medinah, M., & Linarti, U. (2020). Pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal yang menghambat penggunaan e-commerce pada umkm kerajinan di kota yogyakarta. *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.317>
- Fitriyah, Y. A., & Siregar, H. O. (2021). Analisis penerapan akuntansi

- pertanggungjawaban terhadap perilaku biaya pada perusahaan start up. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 5(1), 182-186.
- Frinaldi, A., Sinaga, A., & Ananda, B. R. (2023). Pengaruh budaya organisasi dalam pengembangan manfaat tmm di provinsi sumatera barat. *Ensiklopedia Education Review*, 5(2), 178-185.
- Galib, M., & Hidayat, M. (2018). Analysis of company performance using the balanced scorecard approach in bosowa propertindo. *Seiko Journal of Management Business*, 2(1), 92–112. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 25. Universitas Diponegoro.
- Habudin. (2020). Budaya organisasi. *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, 1(1), 23–32. <http://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/jlpn>
- Hoiron, M., Wahyudi, E., & Puspitaningtyas, Z. (2019). Pengaruh kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing, dan budaya organisasi terhadap kinerja ukm (usaha kecil dan menengah) di kabupaten lumajang. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 37–53. <https://doi.org/10.37849/midi.v18i1.108>
- Hutabarat, M. I. (2020). Penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat evaluasi kinerja pt gunung selamat lestari labuhan batu selatan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(3), 55–67.
- Išoraitė, M., & Miniotienė, N. (2018). Electronic commerce: theory and practice. *IJBE: Integrated Journal of Business and Economics*, 2(2), 73-79.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Jensen, M. C., & Smith, C. W. (1984). The theory of corporate finance: a historical overview.
- Johan, H. H., & Syofyan, E. (2019). Pengaruh kejelasan sasaran anggaran, akuntansi pertanggungjawaban, dan latar belakang pendidikan terhadap kinerja manajerial di satuan kerja kementerian perindustrian padang. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1773–1793. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i4.175>
- Jufrizen, J., & Hadi, F. P. (2021). Pengaruh fasilitas kerja dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan melalui motivasi kerja. *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 7(1), 35-54.
- Karyati, I. P. (2019). *E-commerce untuk umkm dan pertumbuhan ekonomi indonesia*. <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>
- Kaunang, T. L., Tinangon, J. J., & Tirayoh, V. V. Z. (2021). Analisis penerapan sistem pengendalian manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan pada pt perusahaan listrik negara (persero) unit layanan pelanggan manado selatan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 1146-1154.
- Kore, E. L. R., & Septarini, D. F. (2018). Analisis kinerja usaha mikro kecil dan menengah (umkm) (studi kasus pada umkm sektor industri kecil formal di kabupaten merauke). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9(1), 22–37.

<https://doi.org/10.35724/jies.v9i1.703>

- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). Kinerja umkm ditinjau dari budaya organisasi, orientasi kewirausahaan, manajemen kualitas total, dan modal sosial. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217-238.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan umkm sebagai critical engine perekonomian nasional terus mendapatkan dukungan pemerintah*. Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia
- Nugroho, W. S. (2019). *Industri kreatif di yogyakarta harus melek teknologi*. <https://jogja.tribunnews.com/2019/10/02/industri-kreatif-di-yogyakarta-harus-melek-teknologi>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory: 2d ed*. New York : McGraw-Hill.
- Nursetiana, N., Hanifah, I. A., & Ismawati, I. (2022). The effect of business strategy, innovation, organizational culture on the performance of micro small medium enterprises (msmes) moderated by financial literature. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4416–4426. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1685>
- Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY). (2019). *Dpr ri tertarik pada perkembangan ekonomi kreatif*. Portal Resmi - Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (jogjaprov.go.id)
- Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY). (2021). *Tingginya potensi ekonomi kreatif di diy*. Portal Resmi - Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (jogjaprov.go.id)
- Pohan, T. R. D., & Syafina, L. (2022). Analisis penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam penilaian kinerja pusat pendapatan pt sumber satwa sejahtera di medan. *JAZ: Jurnal Akuntansi Unihaz*, 5(1), 101-111.
- Prasetyo, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., ... & Manullang, S. O. (2021). *Konsep dasar e-commerce*. Yayasan Kita Menulis.
- Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 370–383. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>
- Pratiwi, W., & Kartika, A. A. (2019). Pengaruh akuntansi pertanggungjawaban, komitmen organisasi, dan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 22(1), 50–60. <https://doi.org/10.35591/whn.v22i1.149>
- Putri, G. A. M., Fauzi, A., Saputra, F., Danaya, B. P., & Puspitasari, D. (2023). Pengaruh pengembangan karier, budaya organisasi, dan beban kerja terhadap kepuasan kerja karyawan (literature review msdm). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 99-110.
- Putri, P. A. Y., & Endiana, I. D. M. (2020). Pengaruh sistem informasi akuntansi dan sistem pengendalian internal terhadap kinerja perusahaan (studi kasus pada koperasi di kecamatan payangan). *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset*

- Akuntansi*, 11(2). 179-189. <http://dx.doi.org/10.22225/kr.11.2.1433.179-189>
- Rivai, A. (2020). Pengaruh kepemimpinan transformasional dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 213-223.
- Safitri, A., & Kuntadi, C. (2023). Dampak budaya organisasi, beban kerja, dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(6), 130-140.
- 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>
- Sari, I. A., & Amalia, M. M. (2019). The effect of responsibility accounting and strategy implementation on organizational performance. *Sustainable Business Accounting and Management Review*, 1(1), 11-18.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students*. (8 ed.) Pearson.
- Setiawan, Z., Jauhar, N., Putera, D. A., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F., ... & Rukmana, A. Y. (2023). *Kewirausahaan digital*. Global Eksekutif Teknologi.
- Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja umkm di kota malang. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(07), 13–24.
- Shields, M. D., & Young, S. M. (1993). Antecedents and consequences of participative budgeting: evidence on the effects of asymmetrical information. *Journal of Management Accounting Research*, 5.
- Silvia, D., Sari, M. S., & Salma, N. (2022). Pengaruh sistem informasi akuntansi dan e-commerce terhadap kinerja umkm di kota bandar lampung. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(2), 119-128. <https://10.0.218.119/jfbd.v1i2.1278>
- Sugiharto. (2022). *Memfaatkan e-commerce dengan benar*. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15814/Memanfaatkan-E-Commerce-Dengan-Benar.html>
- Suharsono, B. (2022). *Data statistik sektoral perencanaan dan pengendalian profil umkm diy*. bappeda.jogjaprov.co.id
- Sutrisno, E. (2018). *Budaya oragnisasi* (1 st ed.). Prenada Media Group.
- Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.
- Tifani. (2023). *7 Manfaat e-commerce bagi perusahaan*. 7 Manfaat E-commerce Bagi Perusahaan Halaman 2 - Istilah Ekonomi Katadata.co.id
- Universitas Gadjah Mada (UGM). (2019). *Diy miliki potensi besar kembangkan industri kreatif*. <https://ugm.ac.id/id/berita/18459-diy-miliki-potensi-besar-kembangkan-industri-kreatif/>
- Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh e-commerce, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm di kota magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Univeristas Tidar 2021*. Geliat

Investasi Dalam Pusaran Pandemi: Membaca Celah Pemulihan Ekonomi Nasional Di Era New Normal: 287–300, Magelang, 27 September 2021.

Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Pemilik UMKM Industri Kreatif

di Yogyakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dan meraih gelar sarjana Strata 1 (S1), saya:

Nama : Okti Nurfadilah

NIM : 20312344

Program Studi / Fakultas : Akuntansi / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh *E-commerce*, Akuntansi Pertanggungjawaban, dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM (Studi pada Industri Kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta)**".

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu guna berpartisipasi menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang telah disediakan (terlampir). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan pelaku usaha yang menggunakan *e-commerce*.
2. Responden sudah menjalankan usahanya selama minimal 1 tahun.

Seluruh informasi yang saya dapatkan akan digunakan untuk tujuan ilmiah, sehingga menjamin kerahasiaan jawaban dari Bapak/Ibu/Saudara/i. Jika Anda memiliki pertanyaan mengenai kuesioner ini atau memerlukan informasi tambahan, silakan menghubungi saya melalui e-mail berikut 20312344@students.uii.ac.id.

Demikian surat permohonan pengisian kuesioner penelitian ini saya sampaikan. Atas kesediaan waktu dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,



(Okti Nurfadilah)

KUESIONER

BAGIAN I

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk pengisian:

Silakan jawab beberapa pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan mengklik pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan situasi Anda.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia
 - 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. Menggunakan *E-commerce*, jika menjawab tidak maka tidak perlu mengisi kuesioner
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. Jenis Usaha
 - a. Kuliner
 - b. *Fashion*
 - c. Kriya
 - d. Jasa
 - e. Lainnya
7. Lama Usaha
 - a. 1-2 tahun
 - b. 3-4 tahun
 - c. 5-6 tahun
 - d. > 6 tahun

Petunjuk pengisian:

Silakan jawab pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengklik pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan situasi Anda.

Untuk menjawab bagian 2-5, silakan gunakan skala berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Silakan gunakan skala di atas untuk merepresentasikan sejauh mana Anda setuju atas pernyataan di bawah ini.

BAGIAN II E-COMMERCE

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui *platform digital*.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk mengefisiensikan biaya pengeluaran dalam memulai usaha.					
2	Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan reputasi usaha.					
3	Saya sudah memahami bagaimana cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> .					
4	<i>E-commerce</i> membantu saya untuk melakukan pemasaran.					
5	<i>E-commerce</i> dapat menarik investor untuk berinvestasi dalam suatu usaha.					
6	<i>E-commerce</i> membantu saya dalam memperluas jangkauan usaha.					

BAGIAN III AKUNTANSI PERTANGGUNGJAWABAN

Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan

informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Dalam pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban, saya sudah memahami dengan baik kewajiban saya.					
2.	Dalam usaha saya, setiap karyawan berperan dalam mencapai tujuan perusahaan.					
3.	Saya selalu melakukan koordinasi dengan karyawan dalam penyusunan maupun pelaksanaan anggaran.					
4.	Pencatatan transaksi baik penjualan maupun pengeluaran di usaha saya telah menggunakan kode rekening.					
5.	Laporan pertanggungjawaban adalah bentuk realisasi anggaran dari anggaran yang telah disusun.					
6.	Sanksi atau hukuman yang saya terapkan dalam akuntansi pertanggungjawaban diberikan kepada karyawan apabila terjadi penyimpangan dari rencana yang ditetapkan.					
7.	Realisasi anggaran biaya produksi sudah sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan.					
8.	Saya menerapkan akuntansi pertanggungjawaban untuk mengurangi penyimpangan dalam anggaran biaya produksi.					
9.	Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai dasar untuk mengevaluasi penggunaan biaya produksi.					
10.	Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengendalikan beban atau biaya produksi.					

BAGIAN IV BUDAYA ORGANISASI

Budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, norma, inti pemikiran, dan sistem yang terdapat dalam suatu organisasi.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Budaya organisasi mendorong saya untuk berinovasi menciptakan ide atau gagasan baru bagi kemajuan UMKM.					
2.	Dalam melakukan pekerjaan, saya berupaya memperkecil risiko.					
3.	Saya selalu menyampaikan tujuan dan target usaha kepada karyawan.					
4.	Saya selalu menghargai hasil kerja, tetapi saya juga fokus pada proses kerja untuk mencapai hasil terbaik.					
5.	Saya seringkali membantu karyawan apabila ada yang mengalami kesulitan dalam bekerja.					
6.	Saya berusaha menciptakan loyalitas dan kerjasama dengan karyawan untuk mencapai hasil optimal bagi perusahaan.					
7.	Saya memberikan arahan kepada karyawan untuk lebih memperhatikan hal detail dalam pekerjaan dengan akurat, cepat, dan cermat.					
8.	Budaya organisasi mendorong saya untuk menyelesaikan tugas dengan penuh perhatian dan ketelitian.					

BAGIAN V KINERJA UMKM

Kinerja UMKM adalah pencapaian yang berhasil mereka dapatkan selama periode waktu tertentu sesuai dengan tujuan dan standar bisnis yang diharapkan, serta kemampuan mereka untuk menghasilkan nilai tambah dan pendapatan hukum.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Setiap bulan penjualan usaha saya meningkat.					
2.	Dalam 1 tahun terakhir usaha saya mengalami peningkatan penjualan.					
3.	Sebagian profit yang saya peroleh digunakan untuk menambah modal usaha.					
4.	Saya menambah karyawan agar pesanan cepat selesai.					
5.	Saya merekrut tenaga kerja profesional untuk meningkatkan kinerja usaha saya.					
6.	Semakin hari permintaan produk maupun jasa yang saya tawarkan semakin meningkat.					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

No.	<i>E-commerce (X1)</i>						<i>E-commerce</i>	<i>Mean X1</i>
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
1.	4	4	4	5	5	4	26	4.33
2.	5	4	5	5	4	5	28	4.67
3.	5	5	3	5	4	5	27	4.50
4.	4	4	4	4	4	4	24	4.00
5.	4	5	4	5	2	5	25	4.17
6.	5	5	3	4	4	4	25	4.17
7.	4	5	4	5	5	5	28	4.67
8.	5	5	4	5	5	5	29	4.83
9.	4	4	4	4	3	4	23	3.83
10.	4	4	5	5	4	4	26	4.33
11.	3	5	5	4	4	4	25	4.17
12.	4	4	4	4	3	4	23	3.83
13	5	5	5	5	3	5	28	4.67
14	4	4	4	5	4	5	26	4.33
15	5	5	4	5	5	5	29	4.83
16	4	5	5	5	4	5	28	4.67
17	5	5	5	5	5	5	30	5.00
18	1	5	5	5	5	5	26	4.33
19	4	4	3	5	3	4	23	3.83
20	4	4	4	4	4	4	24	4.00
21	4	4	4	4	4	4	24	4.00
22	4	4	4	4	4	4	24	4.00
23	5	5	5	4	4	5	28	4.67
24	5	4	4	4	4	5	26	4.33
25	5	4	4	4	4	5	26	4.33
26	2	4	5	4	3	4	22	3.67
27	5	5	5	4	4	4	27	4.50
28	3	4	5	5	3	5	25	4.17
29	4	4	3	4	4	4	23	3.83
30	3	3	3	3	3	3	18	3.00
31	5	5	5	5	5	5	30	5.00
32	4	5	4	5	4	5	27	4.50
33	2	4	5	5	3	5	24	4.00
34	4	5	3	4	3	5	24	4.00
35	3	4	5	5	4	5	26	4.33

No.	<i>E-commerce (X1)</i>							<i>E-commerce</i>	<i>Mean X1</i>
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6			
36	4	3	3	4	3	4	21	3.50	
37	4	4	3	5	4	4	24	4.00	
38	3	4	4	5	4	4	24	4.00	
39	5	5	5	5	5	5	30	5.00	
40	5	4	3	5	2	5	24	4.00	
41	4	5	4	4	4	5	26	4.33	
42	4	4	4	4	4	4	24	4.00	
43	4	5	4	4	4	5	26	4.33	
44	4	4	3	4	3	4	22	3.67	
45	4	3	5	5	3	5	25	4.17	
46	5	3	4	4	3	5	24	4.00	
47	4	4	3	4	4	5	24	4.00	
48	4	4	4	4	3	5	24	4.00	
49	4	4	4	4	4	4	24	4.00	
50	3	4	4	5	3	5	24	4.00	
51	4	5	5	4	3	5	26	4.33	
52	4	4	4	4	3	4	23	3.83	
53	4	4	4	5	3	5	25	4.17	
54	4	5	5	5	3	5	27	4.50	
55	4	5	5	5	5	5	29	4.83	
56	4	5	4	5	3	5	26	4.33	
57	5	4	4	5	4	5	27	4.50	
58	4	5	5	5	5	5	29	4.83	
59	5	5	5	5	4	5	29	4.83	
60	5	5	4	5	5	5	29	4.83	
61	3	4	4	4	4	4	23	3.83	
62	5	5	5	5	4	5	29	4.83	
63	3	4	1	4	1	4	17	2.83	
64	3	3	2	3	2	4	17	2.83	
65	4	5	5	5	3	5	27	4.50	
66	4	4	4	5	3	5	25	4.17	
67	5	5	4	4	3	5	26	4.33	
68	5	5	5	5	3	5	28	4.67	
69	5	4	5	5	2	5	26	4.33	
70	4	4	3	4	4	4	23	3.83	
71	5	5	5	5	5	5	30	5.00	
72	4	4	3	4	4	4	23	3.83	

No.	<i>E-commerce (X1)</i>						<i>E-commerce</i>	<i>Mean X1</i>
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
73	4	5	4	5	5	5	28	4.67
74	4	4	4	5	4	5	26	4.33
75	4	4	4	5	5	5	27	4.50
76	3	3	4	5	4	4	23	3.83
77	2	4	4	5	4	5	24	4.00
78	5	5	5	5	3	5	28	4.67
79	4	4	4	4	4	4	24	4.00
80	5	5	4	5	4	5	28	4.67
81	5	5	4	5	3	5	27	4.50
82	5	4	3	5	5	5	27	4.50
83	3	5	5	5	4	5	27	4.50
84	4	4	4	4	4	4	24	4.00
85	4	5	4	5	4	5	27	4.50
86	3	4	4	4	3	4	22	3.67
87	5	4	5	4	3	5	26	4.33
88	5	4	3	5	3	5	25	4.17
89	4	4	4	5	4	4	25	4.17
90	4	5	4	5	3	4	25	4.17
91	5	4	4	5	4	5	27	4.50
92	4	4	4	4	4	5	25	4.17
93	4	4	4	4	4	4	24	4.00
94	4	4	4	4	3	5	24	4.00
95	5	5	5	5	5	5	30	5.00
96	5	5	5	5	5	5	30	5.00
97	5	5	5	5	5	5	30	5.00
98	5	5	4	4	4	4	26	4.33
99	4	4	4	4	4	4	24	4.00
100	5	5	5	5	5	5	30	5.00
101	4	4	4	5	3	5	25	4.17
102	4	5	3	4	4	4	24	4.00
103	4	4	5	5	5	5	28	4.67
104	4	4	4	4	4	5	25	4.17
105	4	4	4	4	4	4	24	4.00
106	2	4	4	5	4	5	24	4.00
107	2	4	4	5	3	5	23	3.83
108	4	4	4	5	3	5	25	4.17
109	3	4	3	4	5	5	24	4.00

No.	<i>E-commerce (X1)</i>						<i>E-commerce</i>	<i>Mean X1</i>
	<i>X1.1</i>	<i>X1.2</i>	<i>X1.3</i>	<i>X1.4</i>	<i>X1.5</i>	<i>X1.6</i>		
110	4	3	5	5	3	5	25	4.17
111	4	4	4	4	4	4	24	4.00
112	3	4	3	4	3	4	21	3.50
113	3	4	4	3	4	4	22	3.67
114	3	3	3	4	3	4	20	3.33
115	3	4	4	3	4	4	22	3.67
116	5	5	5	5	5	5	30	5.00
117	4	4	4	5	3	5	25	4.17
118	4	4	4	4	4	4	24	4.00
119	5	5	5	5	5	5	30	5.00
120	5	5	5	5	5	5	30	5.00
121	4	5	4	5	4	5	27	4.50
122	3	4	3	4	3	4	21	3.50

No	Akuntansi Pertanggungjawaban										Akuntansi Pertanggungja waban	<i>Mean X2</i>
	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10		
1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	3.70
2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48	4.80
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	38	3.80
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38	3.80
5	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	34	3.40
6	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	35	3.50
7	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	43	4.30
8	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	42	4.20
9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	3.80
10	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4.10
11	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	35	3.50
12	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	34	3.40
13	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	34	3.40
14	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	39	3.90
15	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	4.80
16	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	43	4.30
17	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48	4.80
18	5	5	4	4	4	1	4	4	4	4	39	3.90
19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4.10

No	Akuntansi Pertanggungjawaban										Akuntansi Pertanggungja waban	Mean X2
	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10		
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4.10
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
23	5	4	3	3	4	3	3	2	3	4	34	3.40
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3.90
25	4	5	2	2	4	3	2	2	4	4	32	3.20
26	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38	3.80
27	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	41	4.10
28	4	4	2	2	4	4	4	3	4	4	35	3.50
29	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43	4.30
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3.00
31	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	47	4.70
32	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	34	3.40
33	1	4	2	1	2	2	4	4	4	4	28	2.80
34	4	4	3	2	3	3	2	2	4	4	31	3.10
35	4	4	1	4	3	3	2	3	3	3	30	3.00
36	3	4	4	2	3	2	4	3	4	3	32	3.20
37	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	33	3.30
38	3	5	3	3	2	4	4	4	4	4	36	3.60
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.00
40	5	4	1	4	4	4	4	4	4	5	39	3.90
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
43	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	3.90
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
45	3	5	3	5	5	3	3	4	4	5	40	4.00
46	4	5	3	3	4	3	4	5	5	5	41	4.10
47	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44	4.40
48	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	3.90
49	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37	3.70
50	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	36	3.60
51	4	2	2	3	2	4	2	4	5	5	33	3.30
52	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	3.90
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
54	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	4.40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00

No	Akuntansi Pertanggungjawaban										Akuntansi Pertanggungja waban	Mean X2
	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10		
56	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	34	3.40
57	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	37	3.70
58	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	45	4.50
59	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	33	3.30
60	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38	3.80
61	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	34	3.40
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
63	2	1	3	1	3	3	2	3	3	3	24	2.40
64	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	32	3.20
65	5	4	3	2	4	3	4	2	3	3	33	3.30
66	4	4	2	4	4	3	4	3	3	3	34	3.40
67	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38	3.80
68	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	43	4.30
69	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	37	3.70
70	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	3.90
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.00
72	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	43	4.30
73	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	4.90
74	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	3.90
75	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46	4.60
76	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42	4.20
77	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	37	3.70
78	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	44	4.40
79	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	34	3.40
80	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
81	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	40	4.00
82	3	5	2	2	4	4	3	2	5	5	35	3.50
83	3	5	4	2	4	3	3	4	4	2	34	3.40
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
85	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	36	3.60
86	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32	3.20
87	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	30	3.00
88	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	40	4.00
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
90	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	43	4.30
91	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5	43	4.30

No	Akuntansi Pertanggungjawaban										Akuntansi Pertanggungja waban	Mean X2
	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 2. 6	X 2. 7	X 2. 8	X 2. 9	X2 .10		
92	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42	4.20
93	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48	4.80
94	4	4	1	3	4	2	4	3	3	3	31	3.10
95	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41	4.10
96	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	35	3.50
97	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	36	3.60
98	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36	3.60
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.00
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
101	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43	4.30
102	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	35	3.50
103	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	36	3.60
104	4	4	4	2	3	5	4	4	4	4	38	3.80
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	3.90
106	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	37	3.70
107	3	5	4	2	3	3	4	4	4	3	35	3.50
108	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	36	3.60
109	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37	3.70
110	5	4	3	3	4	4	3	3	4	3	36	3.60
111	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4.10
112	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	31	3.10
113	3	2	2	4	3	2	3	4	4	4	31	3.10
114	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	30	3.00
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5.00
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
118	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	36	3.60
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4.00
120	3	2	2	4	3	2	4	3	4	4	31	3.10
121	4	2	3	2	2	3	4	4	3	4	31	3.10
122	5	5	3	4	4	3	3	2	4	4	37	3.70

No	Budaya Organisasi								Budaya Organisasi	Mean X3
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8		
1	4	5	5	4	4	4	4	5	35	4.38
2	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88
3	5	4	4	3	4	4	4	4	32	4.00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
5	4	5	5	4	5	4	5	5	37	4.63
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
7	5	5	4	5	5	5	4	5	38	4.75
8	4	5	5	5	4	5	5	4	37	4.63
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
10	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4.13
11	4	4	4	4	3	4	3	3	29	3.63
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
15	3	5	5	3	5	5	5	5	36	4.50
16	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4.88
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
23	4	4	4	4	4	3	5	4	32	4.00
24	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.13
25	4	5	4	4	2	4	4	4	31	3.88
26	4	4	4	4	3	4	4	4	31	3.88
27	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
28	4	4	4	4	3	3	5	4	31	3.88
29	5	4	4	5	3	4	4	4	33	4.13
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3.00
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
32	4	4	4	3	4	4	5	4	32	4.00
33	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4.88
34	4	5	4	5	4	4	5	3	34	4.25
35	4	5	5	4	3	4	5	5	35	4.38
36	4	4	4	3	3	3	4	4	29	3.63
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00

No	Budaya Organisasi								Budaya Organisasi	Mean X3
	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8		
38	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3.88
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
40	4	4	5	4	3	4	5	4	33	4.13
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
44	3	2	4	3	4	4	4	4	28	3.50
45	4	4	5	4	3	5	5	5	35	4.38
46	4	5	5	5	3	4	5	5	36	4.50
47	4	5	5	4	5	4	5	5	37	4.63
48	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
50	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.13
51	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
53	3	5	4	4	4	4	5	5	34	4.25
54	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4.38
55	4	4	4	4	3	3	4	4	30	3.75
56	4	5	5	5	4	4	4	4	35	4.38
57	1	3	4	5	5	5	5	4	32	4.00
58	5	4	4	4	5	4	5	5	36	4.50
59	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4.75
60	4	4	5	4	4	5	5	5	36	4.50
61	5	4	5	4	4	4	5	5	36	4.50
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
63	4	4	2	4	3	4	4	3	28	3.50
64	4	5	4	3	2	2	5	3	28	3.50
65	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4.75
66	2	5	5	3	4	5	5	5	34	4.25
67	5	5	5	4	4	4	4	4	35	4.38
68	3	4	5	4	4	4	4	4	32	4.00
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
71	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.88
72	4	3	4	4	4	5	4	5	33	4.13
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00

No	Budaya Organisasi								Budaya Organisasi	Mean X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8		
75	5	4	5	4	5	5	5	5	38	4.75
76	3	3	5	4	4	5	5	4	33	4.13
77	2	5	4	2	4	5	4	4	30	3.75
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
79	3	4	2	4	2	3	4	3	25	3.13
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
81	5	4	4	5	5	5	5	5	38	4.75
82	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4.88
83	4	5	5	4	3	5	5	4	35	4.38
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
85	4	5	5	3	3	4	5	4	33	4.13
86	4	4	3	3	3	4	4	3	28	3.50
87	4	5	4	3	2	3	3	3	27	3.38
88	4	5	5	4	5	5	5	5	38	4.75
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
90	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
91	5	5	5	5	4	5	5	3	37	4.63
92	5	5	5	3	4	5	5	4	36	4.50
93	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
94	2	5	4	3	3	4	4	4	29	3.63
95	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4.50
96	5	5	5	4	3	4	5	4	35	4.38
97	4	5	5	4	4	5	5	5	37	4.63
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
101	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00
102	4	4	4	4	3	3	3	3	28	3.50
103	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4.13
104	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
105	4	4	3	3	4	3	4	4	29	3.63
106	4	4	4	4	4	3	4	4	31	3.88
107	4	4	5	4	5	5	5	4	36	4.50
108	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
109	5	4	4	4	4	5	5	5	36	4.50
110	5	4	4	3	4	4	4	3	31	3.88
111	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00

No	Budaya Organisasi								Budaya Organisasi	Mean X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8		
112	4	2	3	4	3	4	3	3	26	3.25
113	3	2	4	4	3	3	4	3	26	3.25
114	4	3	3	4	3	4	4	3	28	3.50
115	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
116	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4.00
117	5	4	5	5	5	4	4	4	36	4.50
118	4	4	4	4	4	4	3	5	32	4.00
119	5	5	5	4	5	5	4	4	37	4.63
120	4	5	5	5	4	5	4	4	36	4.50
121	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4.88
122	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5.00

No	Kinerja UMKM						Kinerja UMKM	Mean Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		
1	4	4	5	4	4	4	25	4.17
2	5	5	5	5	5	5	30	5.00
3	3	3	4	2	2	3	17	2.83
4	3	4	3	3	3	4	20	3.33
5	2	2	5	1	3	3	16	2.67
6	4	4	4	3	4	4	23	3.83
7	5	4	4	4	4	3	24	4.00
8	3	4	5	4	3	4	23	3.83
9	4	4	4	4	4	4	24	4.00
10	3	5	3	3	3	4	21	3.50
11	4	4	4	3	4	4	23	3.83
12	3	2	4	3	3	3	18	3.00
13	4	4	4	4	4	4	24	4.00
14	3	3	4	3	3	3	19	3.17
15	4	4	5	3	5	4	25	4.17
16	4	4	5	2	2	4	21	3.50
17	4	4	4	2	2	4	20	3.33
18	4	4	5	4	5	3	25	4.17
19	4	4	4	3	4	4	23	3.83
20	4	4	4	4	3	3	22	3.67
21	4	4	4	4	4	4	24	4.00

No	Kinerja UMKM						Kinerja UMKM	Mean Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		
22	4	4	4	4	4	4	24	4.00
23	3	4	4	1	1	3	16	2.67
24	3	5	4	4	4	4	24	4.00
25	2	4	4	2	3	2	17	2.83
26	3	4	4	4	2	3	20	3.33
27	3	3	4	4	3	3	20	3.33
28	3	4	4	3	3	4	21	3.50
29	3	3	4	3	4	3	20	3.33
30	3	3	3	3	3	3	18	3.00
31	5	4	5	4	4	5	27	4.50
32	3	4	4	3	3	3	20	3.33
33	4	5	4	4	2	4	23	3.83
34	5	4	4	2	2	3	20	3.33
35	4	5	5	5	5	4	28	4.67
36	3	3	4	2	2	3	17	2.83
37	2	2	5	4	2	2	17	2.83
38	2	4	4	3	4	4	21	3.50
39	5	5	5	5	5	5	30	5.00
40	4	4	4	4	3	4	23	3.83
41	3	4	4	3	2	4	20	3.33
42	4	4	4	4	4	4	24	4.00
43	3	3	4	4	3	3	20	3.33
44	4	4	4	4	4	4	24	4.00
45	3	3	5	3	3	3	20	3.33
46	4	5	5	5	5	5	29	4.83
47	5	5	5	4	3	5	27	4.50
48	4	4	4	4	3	3	22	3.67
49	3	4	4	4	4	4	23	3.83
50	5	5	5	4	4	4	27	4.50
51	2	5	4	2	3	2	18	3.00
52	3	4	4	3	4	4	22	3.67
53	3	4	4	3	3	4	21	3.50
54	5	5	4	4	3	4	25	4.17
55	4	4	4	4	4	3	23	3.83
56	4	5	4	4	2	3	22	3.67
57	3	4	4	4	2	4	21	3.50
58	4	4	4	3	4	5	24	4.00

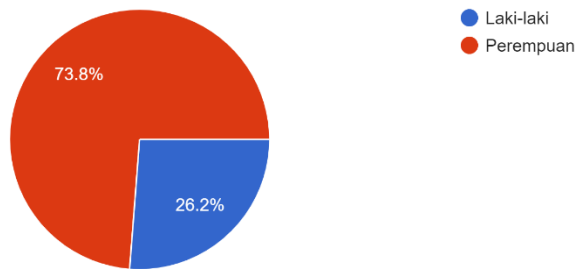
No	Kinerja UMKM						Kinerja UMKM	Mean Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		
59	5	5	5	5	5	5	30	5.00
60	3	3	5	5	5	5	26	4.33
61	2	4	4	2	4	4	20	3.33
62	4	5	5	4	4	4	26	4.33
63	3	2	2	2	2	2	13	2.17
64	3	2	3	2	1	3	14	2.33
65	4	4	5	5	3	4	25	4.17
66	4	4	5	3	3	4	23	3.83
67	3	3	4	3	3	3	19	3.17
68	4	4	4	3	3	4	22	3.67
69	4	4	5	4	2	4	23	3.83
70	4	4	4	4	3	4	23	3.83
71	4	4	4	4	3	4	23	3.83
72	4	4	5	4	4	4	25	4.17
73	5	4	5	5	5	5	29	4.83
74	3	5	5	4	5	4	26	4.33
75	5	5	5	5	4	5	29	4.83
76	3	5	5	4	4	4	25	4.17
77	2	4	5	5	4	4	24	4.00
78	2	4	4	5	4	4	23	3.83
79	2	2	4	2	2	2	14	2.33
80	2	2	4	3	3	2	16	2.67
81	3	4	4	5	3	3	22	3.67
82	5	5	5	5	5	5	30	5.00
83	3	3	5	5	4	3	23	3.83
84	5	4	5	3	3	4	24	4.00
85	4	4	4	4	4	4	24	4.00
86	3	3	4	3	2	3	18	3.00
87	3	4	4	2	2	3	18	3.00
88	5	5	5	5	3	5	28	4.67
89	4	4	4	3	3	4	22	3.67
90	4	4	5	3	3	3	22	3.67
91	3	4	5	4	3	5	24	4.00
92	3	3	4	4	4	4	22	3.67
93	4	4	5	3	4	5	25	4.17
94	3	3	3	5	3	4	21	3.50
95	4	5	5	3	4	4	25	4.17

No	Kinerja UMKM						Kinerja UMKM	Mean Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6		
96	3	4	4	3	2	3	19	3.17
97	3	4	4	5	4	4	24	4.00
98	3	4	4	3	3	4	21	3.50
99	3	3	4	4	3	3	20	3.33
100	5	5	4	4	3	5	26	4.33
101	3	3	5	3	4	3	21	3.50
102	2	2	4	3	3	3	17	2.83
103	4	4	4	4	4	4	24	4.00
104	4	4	5	3	4	4	24	4.00
105	4	4	4	3	4	4	23	3.83
106	4	4	4	4	4	4	24	4.00
107	3	5	5	4	2	3	22	3.67
108	4	4	4	4	4	4	24	4.00
109	4	4	5	4	4	4	25	4.17
110	3	3	4	3	4	4	21	3.50
111	3	4	4	3	4	3	21	3.50
112	3	4	4	3	3	3	20	3.33
113	3	3	3	3	3	3	18	3.00
114	3	4	3	4	3	3	20	3.33
115	3	3	4	3	4	3	20	3.33
116	5	5	5	5	5	5	30	5.00
117	4	3	5	5	4	4	25	4.17
118	4	4	3	3	3	3	20	3.33
119	5	5	5	5	5	5	30	5.00
120	5	5	4	4	3	4	25	4.17
121	5	5	5	4	3	3	25	4.17
122	3	3	3	3	3	3	18	3.00

Lampiran 3 Klasifikasi Responden

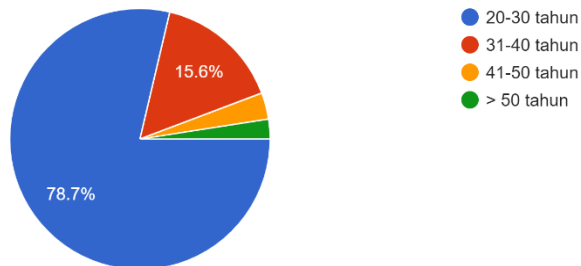
1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin
122 responses



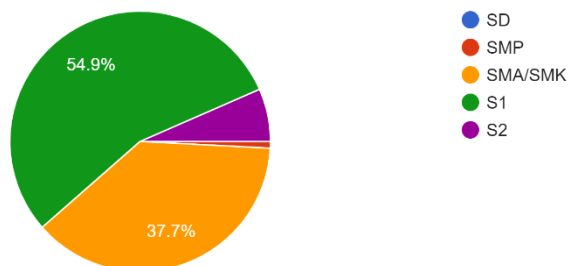
2. Berdasarkan Usia

Usia
122 responses



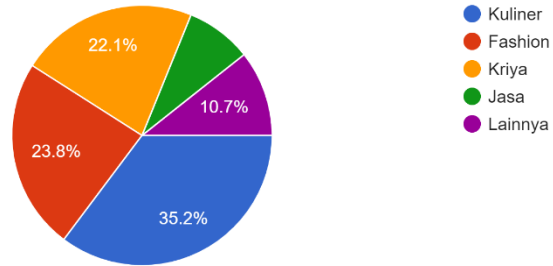
3. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir
122 responses



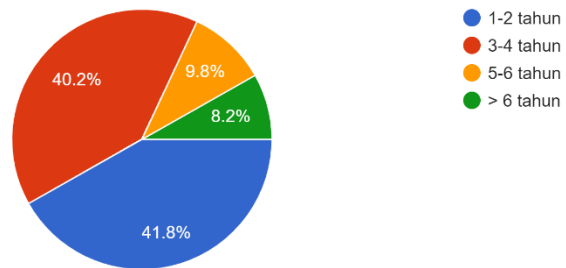
4. Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha
122 responses



5. Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha
122 responses



Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-commerce</i>	122	17.00	30.00	25.4344	2.70288
Akuntansi Pertanggungjawaban	122	24.00	50.00	38.2541	5.09507
Budaya Organisasi	122	24.00	40.00	33.7623	3.73293
Kinerja UMKM	122	13.00	30.00	22.4426	3.61139
Valid N (listwise)	122				

Frequencies

Statistics						
		Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Jenis Usaha	Lama Usaha
N	Valid	122	122	122	122	122
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	32	26.2	26.2	26.2
	Perempuan	90	73.8	73.8	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	3	2.5	2.5	2.5
	20-30 tahun	96	78.7	78.7	81.1
	31-40 tahun	19	15.6	15.6	96.7
	41-50 tahun	4	3.3	3.3	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	67	54.9	54.9	54.9
	S2	8	6.6	6.6	61.5
	SMA/SMK	46	37.7	37.7	99.2
	SMP	1	.8	.8	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Jenis Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fashion	29	23.8	23.8	23.8
	Jasa	10	8.2	8.2	32.0
	Kriya	27	22.1	22.1	54.1
	Kuliner	43	35.2	35.2	89.3
	Lainnya	13	10.7	10.7	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Lama Usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 6 tahun	10	8.2	8.2	8.2
	1-2 tahun	51	41.8	41.8	50.0
	3-4 tahun	49	40.2	40.2	90.2
	5-6 tahun	12	9.8	9.8	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas)

E-commerce (X₁)

		Correlations						<i>E-commerce</i>
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	.377**	.186*	.215*	.221*	.307**	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000	.041	.017	.014	.001	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
X1.2	Pearson Correlation	.377**	1	.398**	.362**	.379**	.416**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
X1.3	Pearson Correlation	.186*	.398**	1	.427**	.340**	.431**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.041	.000		.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
X1.4	Pearson Correlation	.215*	.362**	.427**	1	.228*	.627**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.000		.011	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
X1.5	Pearson Correlation	.221*	.379**	.340**	.228*	1	.163	.631**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.011		.073	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
X1.6	Pearson Correlation	.307**	.416**	.431**	.627**	.163	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.073		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
<i>E-commerce</i>	Pearson Correlation	.614**	.717**	.699**	.661**	.631**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	122	122	122	122	122	122	122
** . 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	122	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	122	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.38	5.229	.360	.728
X1.2	21.11	5.352	.580	.660
X1.3	21.33	5.016	.505	.675
X1.4	20.90	5.610	.517	.679
X1.5	21.65	5.172	.387	.718
X1.6	20.81	5.724	.551	.676

Akuntansi Pertanggungjawaban (X₂)

Correlations												
		X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	Akuntansi Pertanggungjawaban
		.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	10	
X2.1	Pearson Correlation	1	.390**	.287**	.344**	.516**	.406**	.320**	.252**	.338**	.357**	.625**

	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X2.2	Pearson Correlation	.390**	.443**	.258**	.463**	.333**	.366**	.283**	.435**	.244**		.626**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.000	.007		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X2.3	Pearson Correlation	.287**	.443**	.299**	.392**	.498**	.419**	.505**	.363**	.228*		.684**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.012		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X2.4	Pearson Correlation	.344**	.258**	.299**	.436**	.315**	.385**	.436**	.285**	.364**		.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X2.5	Pearson Correlation	.516**	.463**	.392**	.436**	.441**	.419**	.389**	.438**	.373**		.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000

	N	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	122
X2.6	Pearson Correlation	.406**	.333**	.498**	.315**	.441**	1	.455**	.467**	.425**	.450**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	122
X2.7	Pearson Correlation	.320**	.366**	.419**	.385**	.419**	.455**	1	.530**	.371**	.356**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	122
X2.8	Pearson Correlation	.252**	.283**	.505**	.436**	.389**	.467**	.530**	1	.615**	.515**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.005	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	122
X2.9	Pearson Correlation	.338**	.435**	.363**	.285**	.438**	.425**	.371**	.615**	1	.662**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	12 2	122

X2.10	Pearson Correlation	.357**	.244**	.228*	.364**	.373**	.450**	.356**	.515**	.662**	1	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
Akuntansi Pertanggungjawaban	Pearson Correlation	.625**	.626**	.684**	.634**	.718**	.717**	.678**	.731**	.693**	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122	122
**. 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	122	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	122	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.859	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	34.43	21.587	.517	.850
X2.2	34.14	21.625	.519	.850
X2.3	34.63	20.251	.564	.848
X2.4	34.81	20.749	.501	.855
X2.5	34.37	21.293	.639	.841
X2.6	34.56	20.513	.621	.841
X2.7	34.47	21.772	.597	.844
X2.8	34.39	20.918	.649	.839
X2.9	34.25	22.451	.632	.845
X2.10	34.24	22.398	.561	.848

Budaya Organisasi (X3)

Correlations										
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	Budaya Organisasi
X3.1	Pearson Correlation	1	.369*	.343*	.486*	.335*	.234*	.246*	.283*	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.010	.006	.002	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.2	Pearson Correlation	.369*	1	.583*	.309*	.262*	.347*	.462*	.417*	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.004	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.3	Pearson Correlation	.343*	.583*	1	.399*	.466*	.534*	.568*	.585*	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122

X3.4	Pearson Correlation	.486*	.309*	.399*	1	.472*	.429*	.363*	.384*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.5	Pearson Correlation	.335*	.262*	.466*	.472*	1	.624*	.428*	.603*	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.6	Pearson Correlation	.234*	.347*	.534*	.429*	.624*	1	.486*	.544*	.735**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.7	Pearson Correlation	.246*	.462*	.568*	.363*	.428*	.486*	1	.607*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
X3.8	Pearson Correlation	.283*	.417*	.585*	.384*	.603*	.544*	.607*	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
Budaya Organisasi	Pearson Correlation	.594*	.657*	.782*	.677*	.748*	.735*	.718*	.774*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	122	122	122	122	122	122	122	122	122
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	122	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	122	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	8

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	29.61	11.247	.446	.860
X3.2	29.46	11.110	.536	.848
X3.3	29.43	10.628	.700	.829
X3.4	29.65	11.139	.567	.844
X3.5	29.75	10.336	.637	.836
X3.6	29.54	10.845	.640	.836
X3.7	29.35	11.139	.627	.838
X3.8	29.53	10.648	.689	.830

Kinerja UMKM (Y)

Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Kinerja UMKM
Y.1	Pearson Correlation	1	.579**	.342**	.408**	.323**	.581**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122

Y.2	Pearson Correlation	.579**	1	.343**	.401**	.327**	.562**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
Y.3	Pearson Correlation	.342**	.343**	1	.372**	.405**	.416**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
Y.4	Pearson Correlation	.408**	.401**	.372**	1	.537**	.512**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
Y.5	Pearson Correlation	.323**	.327**	.405**	.537**	1	.535**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
Y.6	Pearson Correlation	.581**	.562**	.416**	.512**	.535**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	122	122	122	122	122	122	122
Kinerja UMKM	Pearson Correlation	.738**	.726**	.620**	.756**	.728**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	122	122	122	122	122	122	122

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

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	122	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	122	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	6

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	18.86	9.195	.595	.795
Y.2	18.53	9.474	.591	.795
Y.3	18.18	10.628	.494	.815
Y.4	18.86	8.815	.604	.794
Y.5	19.05	9.039	.568	.802
Y.6	18.73	9.108	.724	.769

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		122
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.93907924
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.056
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.169 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.148	2.920		.051	.960		
	E-commerce	.275	.125	.206	2.197	.030	.639	1.565
	Akuntansi Pertanggungjawaban	.166	.061	.234	2.700	.008	.746	1.341
	Budaya Organisasi	.265	.093	.274	2.861	.005	.612	1.633

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.433	1.699		-.255	.799
	E-commerce	.020	.073	.031	.276	.783
	Akuntansi Pertanggungjawaban	-.026	.036	-.077	-.733	.465
	Budaya Organisasi	.097	.054	.208	1.801	.074
a. Dependent Variable: RES2						

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda

1. Hasil Uji Regresi Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Budaya Oganisasi, Akuntansi Pertanggungjawan, E-commerce ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM			
b. All requested variables entered.			

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	532.878	3	177.626	20.053	.000 ^b
	Residual	1045.221	118	8.858		
	Total	1578.098	121			
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM						
b. Predictors: (Constant), Budaya Oganisasi, Akuntansi Pertanggungjawaban, E-commerce						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.148	2.920		.051	.960
	E-commerce	.275	.125	.206	2.197	.030
	Akuntansi Pertanggungjawaban	.166	.061	.234	2.700	.008
	Budaya Oganisasi	.265	.093	.274	2.861	.005
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM						

2. Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	.338	.321	2.976
a. Predictors: (Constant), Budaya Organisasi, Akuntansi Pertanggungjawaban, E-commerce				

Lampiran 8 Dokumentasi

