BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan sektor bisnis yang terus berkembang pesat. Persaingan di industri ini, terutama bagi pelaku usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), tidak dapat dihindari (Khairunnisa et al., 2022). UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara, khususnya dalam konteks perekonomian global yang semakin terhubung dan berkembang dengan cepat. Untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing global, penting bagi semua pemangku kepentingan untuk memberikan dukungan dalam pengembangan UMKM di Indonesia.

Pemerintah terus berusaha meningkatkan kinerja dan mendukung para pelaku UMKM agar usaha mereka tetap berjalan lancar. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam perekonomian, karena tidak hanya mendukung perekonomian nasional, tetapi juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar tenaga kerja Indonesia. UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan berperan dalam menciptakan peluang kerja, yang pada gilirannya dapat mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran (Tambunan et al., 2021).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, sebuah perusahaan dapat digolongkan sebagai UMKM jika merupakan

perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh individu atau kelompok kecil dengan kekayaan dan pendapatan tertentu. UMKM juga merupakan titik awal bagi tumbuhnya perusahaan besar, dengan hampir semua perusahaan besar berawal dari UMKM. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta, yang mencakup sekitar 99,9 persen dari seluruh usaha di Indonesia (Limanseto, 2021). Di antaranya, terdapat 798.679 unit usaha kecil, yang berkontribusi sekitar 1,22% dari total UMKM di Indonesia, sementara usaha menengah sebanyak 65.465 unit, yang hanya menyumbang sekitar 0,1%. Data ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi ekonomi nasional yang kuat berkat jumlah UMKM yang besar dan daya serap tenaga kerja yang tinggi.

Sejak pandemi *Covid-19* yang melanda di berbagai belahan dunia pada tahun 2020, pola belanja konsumen mengalami perubahan signifikan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih, penggunaan *E-Commerce* juga mempengaruhi kegiatan bisnis, terutama bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). *E-Commerce* adalah bentuk perdagangan elektronik yang memungkinkan bisnis untuk menjual barang atau jasa melalui internet. Diharapkan, peningkatan aktivitas *e-commerce* dapat mendukung pertumbuhan bisnis UMKM. Bahkan *platform e-commerce* saat ini membuat para penggunanya mampu menjangkau pasar yang terletak

jauh dari Indonesia (Handayanti et al., 2022). Persaingan di dunia UMKM kini tidak hanya terbatas pada ruang fisik, tetapi juga semakin intens di ranah digital. *E-Commerce* memberikan kontribusi yang signifikan dalam penyediaan data transaksi secara elektronik, sehingga penting bagi pelaku UMKM untuk memiliki pengetahuan akuntansi dalam memanfaatkan *E-Commerce*, guna mengoptimalkan kinerja usaha mereka.

Metode pembayaran *E-Commerce* memainkan peran penting dalam proses pembelian mudah, aman, dan variasi dari metode pembayaran seperi *E-Wallet* atau transfer bank, yang dimana membuat seseorang memilih pembayaran *E-Commerce* karena faktor kepercayaan, yang mencakup aspek keamanan sebagai prioritas utama. Perkembangan teknologi seperti ini telah memberikan dampak besar pada kehidupan dan kebiasaan masyarakat, sehingga mendorong masyarakat untuk dapat beradaptasi dengan kemajuan teknologi tersebut (Tamimi & Munawaroh, 2024).

Mengoptimalkan pemanfaataan dari penggunaan pembayaran *E-Commerce*, UMKM perlu memahami Sistem Informasi Akuntansi dan literasi keuangan. Pembayaran *E-Commerce* tidak hanya mencakup pembelian dan penjualan *online*, tetapi juga memerlukan manajemen keuangan yang baik. Pelaku usaha yang memiliki pengetahuan akuntansi akan lebih mudah dalam memanfaatkan informasi akuntansi secara efektif. Tanpa pengetahuan ini, bisnis berisiko mengalami

kesalahan dalam manajemen, yang dapat menyulitkan mereka dalam mengambil keputusan dan menetapkan kebijakan yang tepat (Jedeot et al., 2025). Menguasai akuntansi membekali UMKM dengan pemahaman mendalam mengenai elemen-elemen keuangan operasional mereka, seperti pencatatan transaksi, penyusunan laporan keuangan, analisis kinerja keuangan, dan perencanaan keuangan. Dengan memahami prinsip-prinsip akuntansi secara komprehensif, UMKM dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat keputusan keuangan yang tepat dan strategis. Hal ini akan berkontribusi pada pengembangan jangka panjang dan kelangsungan hidup perusahaan (Indriani et al., 2024).

Namun, tidak semua pelaku UMKM mengelola keuangan dengan baik, karena banyak di antara mereka yang belum sepenuhnya memahami pentingnya kinerja keuangan dalam kelangsungan dan perkembangan usaha. Maka dari itu, diperlukan adanya literasi *accounting* yang dalam hal ini adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar yang mencakup pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, serta menjaga kondisi keuangan agar tetap stabil. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang tepat dan strategis untuk usaha, sehingga terhindar dari masalah keuangan (Joseph, 2024).

Pemerintah Kota Parepare dalam mendukung dan meningkatkan

kinerja UMKM melakukan kerjasama dan mengadakan pelatihan bagi para pengusaha kecil di Kota Parepare yang dapat mengembangkan ilmu yang didapat sehingga mempermudah pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis. Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare melakukan pembinaan UMKM dengan tujuan agar pelaku usaha dapat meningkatkan hasil produksi sehinggah mampu bersaing dalam bidang jasa maupun perdagangan. Bentuk pembinaan yang dilaksanakan melakukan berbagai macam pelatihan peningkatan kapasitas UMKM seperti Pelatihan *Digital Marketing* (*Photo* Produk, *Branding* Produk, dan Konten Promosi), konsep pelatihan ini menggunakan fungsi media sosial (*Facebook, Instagram* dan Tiktok) dalam meningkatkan omzet. Dalam pelatihan ini terdapat *Photo* produk yaitu, bagaimana para pelaku dapat mengambil gambar dari suatu produknya agar dapat terlihat menarik oleh konsumen selain itu pelaku UMKM mendapatkan pelatihan konten promosi produk seperti strategi pemasaran, dan konten (video, tulisan maupun suara) yang menarik perhatian para konsumen. Berkat pelatihan tersebut, para pelaku UMKM sudah bisa memanfaatkan media sosial untuk memperluas pasar produknya, pelaku UMKM juga lebih bisa mempromosikan produknya melalui media *online* dengan lebih menarik dan komuikasi terhadap konsumennya untuk mempromosikan produknya lebih memudahkannya. Setelah mengikuti pelatihan pelaku UMKM juga mengikuti uji kompetensi Sertifikasi BNSP (Ladung & Rahmawati, 2024).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Ladung & Rahmawati, 2024) ini menyatakan bahwa kriteria atau ukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak dapat dilihat dari kejelasan tujuan yang hendak dicapai, kejelasan strategi pencapaian, perencanaan yang matang, penyusunan program yang tepat, tersedianya sarana dan prasana, pelaksanaan yang efektif dan efisien. Efektivitas adalah pemanfaatan sumber daya, sarana dan prasarana dalam jumlah tertentu yang secara sadar ditetapkan sebelumnya untuk menghasilkan sejumlah barang atas jasa kegiatan yang dijalankan. Efektivitas menunjukkan keberhasilan dari segi tercapai tidaknya sasaran yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Prakoso, 2020), literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Semakin banyak literasi keuangan yang dimiliki oleh UMKM, maka semakin baik kinerjanya. Oleh karena itu, sangat penting bagi pengusaha pemula untuk memahami literasi keuangan dan bagaimana penggunaannya dalam membangun dan mengelola usaha mereka.

Menurut (Arifuddin et al., 2023), literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Sementara itu, menurut (Andriani et al., 2025), secara simultan, *E-Commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap efektivitas kinerja keuangan perusahaan. Secara parsial, *E-Commerce* memiliki pengaruh positif terhadap efektivitas kinerja keuangan, begitu pula dengan sistem informasi akuntansi, yang juga berpengaruh positif

terhadap efektivitas kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, keberhasilan atau kegagalan UMKM sangat dipengaruhi oleh keterampilan dan kemampuan pengelolan keuangan, sehingga setiap UMKM perlu memperhatikan apapun yang terkait dengan pengelolaan keuangan (Arifuddin et al., 2023).

Dalam lima tahun terakhir, penggunaan metode pembayaran digital seperti *QRIS, e-wallet*, dan transfer bank terus meningkat di kalangan pelaku UMKM. Namun, berdasarkan data Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, masih banyak pelaku UMKM binaan yang belum sepenuhnya memanfaatkan fasilitas *e-commerce* secara optimal. Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa pencatatan keuangan UMKM masih dilakukan secara manual tanpa sistem yang terstruktur, sehingga mempersulit pengambilan keputusan usaha secara objektif. Kondisi ini menjadi fakta yang mendasari pentingnya penelitian terkait pengaruh metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* terhadap pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Pemahaman Literasi *Accounting* terhadap Pertumbuhan UMKM di Kota Parepare”, sebagai upaya untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan metode pembayaran *E-Commerce* terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare, serta untuk mengidentifikasi bagaimana pengaruh pemahaman literasi *Accounting*

(Akuntansi) terhadap pertumbuhan UMKM di kota Parepare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah metode Pembayaran *E-Commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare?
2. Apakah Literasi *Accounting* berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare?
3. Apakah metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Apakah metode Pembayaran *E-Commerce* berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare
2. Untuk mengetahui Apakah Literasi *Accounting* berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare
3. Untuk mengetahui Apakah metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* berpengaruh secara simultan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori tentang pengaruh metode pembayaran *E-Commerce* dan literasi *accounting* terhadap pertumbuhan UMKM, khususnya dalam konteks kota Parepare, sehingga dapat memperkaya literatur yang ada mengenai topik ini. Serta menyediakan wawasan baru terkait hubungan antara penggunaan teknologi digital dalam transaksi bisnis dan pemahaman akuntansi terhadap peningkatan kinerja UMKM di era digital.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi yang berguna bagi para pelaku UMKM di Kota Parepare untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya literasi *accounting* dan penggunaan *E-Commerce* dalam mendukung pertumbuhan bisnis serta menjadi referensi bagi pemerintah atau lembaga terkait dalam merancang kebijakan atau program pengembangan UMKM, yang fokus pada peningkatan literasi *accounting* dan adopsi teknologi digital untuk mempercepat pertumbuhan sektor UMKM.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh (Davis, 1989) yang memodifikasi dari kepercayaan *(belief),* sikap *(attitude),* intensitas *(intention),* dan hubungan perilaku pengguna *(user behavior relationship)* yang mengadopsi dari komponen - komponen *Theory of Reason Actioned* (TRA). Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu untuk menjelaskan faktor penentu penerimaan dari suatu teknologi yang berbasis informasi secara umum. Selain itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) juga dapat menjelaskan tingkah laku *end user* dari adanya teknologi informasi dengan variasi yang cukup luas serta populasi pemakai yang dapat menyediakan dasar dalam rangka untuk mengetahui pengaruh dari faktor eksternal terhadap landasan psikologis. *Technology Acceptance Model* (TAM) biasanya digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana cara seseorang untuk mendapatkan kemajuan teknologi baru, dan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi seleksi, pengakuan, dan niat dalam penggunaan inovasi (Migueli et al., 2024).

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak (Hidayati & Karim, 2024). Teori ini bertujuan untuk menjelaskan perilaku

atau sikap dalam menggunakan dan menerima suatu teknologi. Dalam *Technology Acceptance Model Theory* terdapat 2 konsep tentang intensitas perilaku dalam menggunakan sesuatu yaitu *perceived usefulness (*manfaat yang dirasakan. *Perceived ease of usefulness* atau manfaat yang dirasakan. *Perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) memiliki arti “kondisi dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan teknologi akan mudah dan tidak membutuhkan usaha yang keras”. Sementara *perceived usefulness* memiliki arti “kondisi dimana seseorang mempercayai bahwa teknologi meningkatkan kinerja individu”.

1. *Perceived Usefulness* (manfaat yang dirasakan)

   Perceived usefulness (manfaat yang dirasakan) adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu sistem teknologi (dalam hal ini: metode pembayaran *e-commerce*) akan meningkatkan performa atau hasil kerjanya. Artinya, teknologi dianggap berguna jika memberikan manfaat nyata bagi aktivitas bisnis(Migueli et al., 2024).

   Bagi pelaku UMKM di Parepare, *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) tercermin ketika mereka merasakan langsung manfaat penggunaan metode pembayaran *e-commerce*—seperti *QRIS, e-wallet* (OVO, DANA, *ShopeePay*), dan transfer bank digital—dalam mendukung pertumbuhan usaha. Manfaat-manfaat yang dirasakan oleh UMKM antara lain:

a. Transaksi menjadi lebih cepat dan efisien, tanpa perlu uang tunai.
b. Memperluas pasar ke konsumen digital, termasuk pesanan lewat GoFood, Shopee, Instagram, dll.
c. Meningkatkan jumlah transaksi harian, karena pelanggan lebih nyaman dengan opsi non-tunai.
d. Memudahkan pelacakan transaksi masuk sehingga pencatatan keuangan lebih akurat.

Persepsi kegunaan ini menjelaskan mengapa sebagian besar UMKM yang aktif menggunakan *e-commerce* mengalami peningkatan volume penjualan dan ekspansi pasar (misalnya, 38 dari 60 UMKM dalam penelitian ini mengalami pertumbuhan tinggi karena menggabungkan pembayaran digital dan akuntansi sederhana).

2. *Perceived Ease of Use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan)

Perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang dirasakan) adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi tidak akan sulit untuk dipahami atau dioperasikan. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan orang bersedia mengadopsinya (Hidayati & Karim, 2024).

Dalam konteks UMKM Parepare, *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) ditunjukkan melalui

persepsi pelaku usaha bahwa aplikasi pembayaran digital seperti QRIS*, e-wallet*, atau *mobile banking*:

a. Mudah diakses melalui smartphone pribadi.
b. Tidak memerlukan pelatihan teknis yang rumit.
c. Transaksi dapat dilakukan dalam hitungan detik, bahkan oleh pelaku usaha dengan tingkat pendidikan menengah.
d. Dapat dioperasikan tanpa harus memiliki latar belakang teknologi atau akuntansi tinggi.

Dalam penelitian ini, TAM digunakan untuk menganalisis perilaku pelaku UMKM dalam menerima dan menggunakan dua bentuk teknologi, yaitu:

1. Metode Pembayaran *E-Commerce* (X_1), seperti *QRIS, e-wallet*, dan pembayaran digital lainnya.
2. Literasi *accounting* (X_2), yang sebagian besar saat ini berbasis teknologi melalui aplikasi pembukuan digital sederhana (seperti BukuWarung, *Accurate Lite*, dan sejenisnya).

Penerapan *e-commerce* sebagai sistem pembayaran digital mencerminkan aspek *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), karena teknologi ini mampu mempercepat proses transaksi, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Sementara itu, *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) tercermin dari kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran atau pencatatan keuangan yang memungkinkan pelaku UMKM dengan

tingkat pendidikan terbatas tetap dapat mengoperasikan dan memanfaatkannya.

Begitu pula dalam variabel Literasi *accounting*, penggunaan perangkat lunak pencatatan keuangan yang berbasis digital menuntut pelaku usaha untuk memahami prinsip akuntansi dasar dalam format digital. Di sinilah TAM menjelaskan bahwa adopsi teknologi akuntansi oleh UMKM sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan aplikasi pencatatan keuangan dan manfaatnya dalam mengelola usaha secara lebih profesional(Joseph, 2024).

Teori yang digunakan sebagai dasar penyusunan kuesioner dalam penelitian ini merujuk pada kerangka teoritis khususnya berkaitan dengan variabel-variabel utama yang diteliti, yaitu Metode Pembayaran E-Commerce (X_1), Literasi Accounting (X_2), dan Pertumbuhan UMKM (Y). Setiap indikator pertanyaan dalam kuesioner dirancang berdasarkan dimensi yang dijelaskan dalam teori yang relevan agar dapat diukur secara kuantitatif menggunakan skala Likert.

1. Untuk variabel E-*Commerce*, teori yang digunakan adalah Teori Technology Acceptance Model (TAM) dari (Davis, 1989). TAM menyatakan bahwa adopsi teknologi seperti metode pembayaran e-commerce dipengaruhi oleh dua indikator utama yaitu *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan p*erceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Oleh karena itu, item-item kuesioner *E-*

Commerce dibangun berdasarkan persepsi responden terhadap kemudahan dan manfaat penggunaan metode pembayaran digital dalam aktivitas usaha sehari-hari (Purwanto et al., 2022).

2. Untuk variabel Literasi Accounting, landasan penyusunannya mengacu pada definisi dari (Warisi et al., 2024) yang menekankan bahwa literasi *accounting* mencakup pengetahuan akuntansi dasar, kemampuan pencatatan keuangan, serta pemanfaatan laporan keuangan untuk pengambilan keputusan. Indikator kuesioner disusun berdasarkan teori literasi akuntansi praktis seperti: pencatatan transaksi, penyusunan laporan sederhana, dan pemahaman arus kas usaha.
3. Untuk variabel Pertumbuhan UMKM, penyusunan item kuesioner didasarkan pada teori pertumbuhan usaha mikro yang menekankan indikator seperti peningkatan penjualan, jumlah pelanggan, dan kapasitas produksi. Teori ini diperkuat dengan pandangan dari (Hidayat & Kholik, 2024) mengenai kontribusi UMKM terhadap ekonomi dan bagaimana indikator pertumbuhan dapat diukur dari sisi operasional usaha, pemasaran, dan keuangan.

Dengan demikian, setiap butir kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bukan disusun secara sembarangan, tetapi didasarkan pada dimensi teoritis yang sahih dan relevan. Tujuannya adalah untuk memastikan validitas isi (*content validity*) dari instrumen pengukuran dan keterkaitannya langsung dengan variabel penelitian.

Secara keseluruhan, TAM relevan dengan penelitian ini karena mampu menjelaskan bagaimana kombinasi antara persepsi kemudahan dan manfaat teknologi digital berkontribusi terhadap pertumbuhan UMKM. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian, yang menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan usaha. Dengan kata lain, semakin tinggi penerimaan pelaku UMKM terhadap teknologi, baik dari sisi pembayaran maupun pencatatan keuangan, semakin besar peluang UMKM untuk berkembang secara berkelanjutan.

B. E-Commerce

1. Definisi *E-Commerce*

Menurut (Juliantari et al., 2024), *E-Commerce* adalah bagian dari *E-Business*, yang mengacu pada penerapan *E-Business* yang berfokus pada proses penjualan dan pembelian produk serta layanan, termasuk pertukaran data yang terjadi selama transaksi. Sementara itu, menurut (Shavira Putrie & Ariani, 2024), *E-Commerce* adalah kegiatan jual beli produk secara online yang melibatkan konsumen maupun perusahaan, dengan komputer atau perangkat elektronik sebagai perantara dalam transaksi bisnis.

E-Commerce adalah sebuah sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis yang mengubah cara tradisional menjadi model bisnis berbasis elektronik, dengan memanfaatkan teknologi ICT

(Information and Communication Technology), atau lebih dikenal dengan teknologi internet. *E-Commerce* memungkinkan transaksi pembelian dan penjualan produk serta layanan melalui internet, menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi operasional perusahaan (Shavira Putrie & Ariani, 2024). *E-Commerce* adalah kumpulan dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu. Sistem penjualan *E-Commerce* melibatkan proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan keuntungan bisnis, serta memanfaatkan jaringan komputer atau internet untuk berbagai transaksi, termasuk pemasaran, pengembangan, pembayaran, dan distribusi (Fitri Sri Nuraeni et al., 2023).

Saat ini, banyak pelaku usaha yang memanfaatkan *E-Commerce* untuk melakukan pemasaran dan perdagangan. Menurut (Jawad & Mohammed, 2024), *E-Commerce* adalah proses pembelian dan penjualan produk secara elektronik oleh konsumen dari suatu usaha dengan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis.

Menurut (Rachmawati, 2024), penggunaan *E-Commerce* menjadi salah satu strategi yang efektif untuk mendukung kinerja keuangan UMKM. Banyak pelaku usaha yang telah memanfaatkan *E-Commerce* untuk meningkatkan daya saing, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kinerja usaha mereka. *E-commerce* dipandang

sebagai penerapan *e-business*, yang kaitannya dengan penjualan dan pembelian produk serta layanan yang mencakup pertukaran data selama proses transaksi. Namun, tidak semua pelaku usaha telah mengimplementasikan atau memanfaatkan *e- commerce* secara maksimal (Dina et al., 2023).

Definisi dari *E-Commerce* sebagaimana yang diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* mencakup seluruh ekosistem digital yang menghubungkan berbagai pihak dalam kegiatan bisnis. Teknologi dan aplikasi dalam *E-Commerce* memungkinkan transaksi jual beli produk atau layanan secara *online*, baik untuk pemasaran, pengembangan produk, pembayaran, maupun distribusi barang. Dengan memanfaatkan internet dan jaringan komputer, *E-Commerce* memberi kemudahan dalam transaksi bisnis, yang kini banyak diterapkan oleh pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi operasional.

2. **Karakteristik *E-Commerce***

Menurut (Handayanti et al., 2022), terdapat beberapa jenis karakteristik dalam *E-Commerce*, antara lain sebagai berikut:

a. Transaksi Tanpa Batas

Transaksi dalam *E-Commerce* tidak terikat oleh batasan geografis maupun waktu. Artinya, pembeli dan penjual dapat bertransaksi kapan saja dan dari mana saja tanpa adanya

hambatan. Hal ini berbeda dengan transaksi konvensional yang biasanya dipengaruhi oleh waktu operasional toko fisik atau lokasi yang terbatas. Dengan adanya internet, proses jual beli dapat dilakukan 24/7, memberi kemudahan bagi konsumen dan pelaku usaha untuk berinteraksi kapan pun diperlukan.

b. Transaksi Anonim

E-Commerce memungkinkan transaksi dilakukan secara anonim, dimana identitas pembeli dan penjual tidak perlu saling diketahui secara langsung. Pembeli tidak perlu bertemu atau berinteraksi tatap muka dengan penjual, dan transaksi bisa dilakukan menggunakan nama pengguna atau akun yang tidak memerlukan pengungkapan identitas pribadi. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan bagi sebagian orang, terutama yang mengutamakan privasi.

1) Produk Digital dan Non-Digital

Produk yang diperdagangkan melalui *E-Commerce* tidak hanya terbatas pada barang fisik, tetapi juga mencakup produk digital. Produk digital adalah barang yang bisa diunduh atau diakses secara *online*, seperti *e-book*, perangkat lunak, musik, atau video. Sedangkan produk non-digital mencakup barang fisik yang harus dikirimkan melalui layanan pengiriman. Keberagaman produk yang dapat dipasarkan lewat *E- Commerce* membuka peluang lebih luas bagi pelaku

usaha untuk memperkenalkan berbagai jenis produk ke pasar yang lebih besar.

2) Produk Barang Tidak Berwujud

E-Commerce juga memungkinkan penjualan produk yang tidak berwujud, seperti layanan atau konten digital. Produk ini tidak memiliki bentuk fisik dan tidak membutuhkan pengiriman barang. Contohnya termasuk layanan konsultasi, kursus online, atau perangkat lunak. Karena produk ini bersifat intangible (tidak tampak fisik), proses transaksi dan pengirimannya lebih cepat dan efisien. Hal ini sangat menguntungkan bagi bisnis yang menyediakan layanan atau produk yang dapat diakses secara langsung tanpa perlu pengiriman fisik (Palangan, 2023).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* memiliki karakteristik yang membedakannya dari transaksi konvensional. Pertama, transaksi tanpa batas memungkinkan pembelian dan penjualan dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa kendala waktu atau tempat, memberikan kemudahan akses bagi konsumen dan pelaku usaha. Kedua, transaksi anonim memberikan kenyamanan dengan memungkinkan pembeli dan penjual untuk tidak saling mengetahui identitas secara langsung, sehingga menjaga privasi dalam bertransaksi. Ketiga, produk digital dan non-digital menawarkan fleksibilitas dalam jenis

produk yang dapat dipasarkan, mulai dari produk fisik yang memerlukan pengiriman hingga produk digital yang dapat langsung diunduh atau diakses. Terakhir, produk barang tidak berwujud memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menjual layanan atau produk tanpa bentuk fisik, yang dapat mengurangi biaya pengiriman dan mempercepat proses transaksi. Karakteristik-karakteristik ini memungkinkan *E-Commerce* menjadi strategi yang efektif untuk mengembangkan bisnis, meningkatkan jangkauan pasar, serta mempermudah transaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

3. **Indikator Keberhasilan *E-Commerce***

Menurut Prasetyo (2021) serta Nuraeni et al., (2023) yang menyatakan bahwa ada beberapa indikator keberhasilan *E-Commerce*, di antaranya:

a. **Efisiensi Biaya *(Cost Leadership)***

Efisiensi biaya merujuk pada kemampuan perusahaan untuk mengelola dan menekan biaya operasional dalam proses *E- Commerce*. Dengan biaya yang lebih rendah, perusahaan dapat menawarkan produk atau layanan dengan harga yang lebih kompetitif, yang dapat menarik lebih banyak konsumen. Ini menjadi salah satu kunci keberhasilan *E-Commerce* karena konsumen cenderung lebih tertarik pada penawaran harga yang lebih terjangkau.

b. **Reputasi *(Reputation)***

Reputasi perusahaan memainkan peran penting dalam keberhasilan *E-Commerce.* Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut, yang pada gilirannya akan mendorong lebih banyak pembelian. Reputasi ini dibangun melalui kualitas produk, layanan pelanggan yang baik, dan *review* positif dari konsumen yang puas. Reputasi yang kuat dapat membuat konsumen merasa lebih aman dan nyaman dalam melakukan transaksi.

c. **Pemasaran *(Market)***

Pemasaran yang efektif sangat penting dalam *E-Commerce* untuk menarik perhatian konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Strategi pemasaran yang baik akan membantu bisnis untuk menonjol di antara kompetitor, baik itu melalui iklan *online*, media sosial, maupun metode pemasaran digital lainnya. Pemasaran yang tepat sasaran dan terarah akan meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk di pasar.

d. Kemudahan dalam Berbisnis *Online (Business Entry)*

Kemudahan dalam memulai bisnis *online* adalah faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan *E-Commerce*. Semakin mudah bagi pelaku usaha untuk memulai dan mengelola bisnis *online* mereka, semakin besar peluang mereka untuk sukses. Fasilitas yang mempermudah proses pendaftaran,

pengelolaan produk, serta sistem pembayaran yang efisien akan meningkatkan pengalaman berbisnis bagi pengusaha, sehingga mereka dapat lebih fokus pada pengembangan usaha.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam *E-Commerce* tidak hanya bergantung pada adanya *platform* untuk berjualan, tetapi juga pada berbagai faktor pendukung yang mempengaruhi operasional dan daya saing bisnis. Efisiensi biaya memungkinkan perusahaan untuk menawarkan produk dengan harga yang lebih kompetitif, sementara reputasi perusahaan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Pemasaran yang efektif akan menjangkau audiens yang lebih luas, dan kemudahan dalam berbisnis *online* membuat pelaku usaha lebih mudah untuk terlibat dalam pasar digital. Semua indikator ini saling mendukung dan mempengaruhi keberhasilan suatu usaha dalam dunia *E-Commerce.*

C. Literasi Accounting (Akuntansi)

1. Definisi Literasi *Accounting* (Akuntansi)

Literasi *accounting* dapat didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang berpotensi mempengaruhi perilaku individu dalam pengambilan keputusan serta pengelolaan keuangan mereka, dengan tujuan mencapai kesejahteraan yang lebih baik (Afasya & Ardila, 2025). Literasi *accounting* melibatkan

pengetahuan tentang catatan keuangan dan kemampuan mengaplikasikannya dalam operasi sehari-hari. Tanpa pencatatan akuntansi, UMKM kesulitan menentukan harga pokok produk dan keuntungan yang sebenarnya (Clarita Gare Bude & Sri Utami, 2024).

Individu dengan tingkat literasi *accounting* yang rendah cenderung kurang bijaksana dalam memahami masalah keuangan, sementara mereka yang memiliki literasi *accounting* yang lebih tinggi biasanya lebih cermat dalam mengelola keuangan mereka (Apriliani et al., 2024). Oleh karena itu, literasi *accounting* sangat penting bagi UMKM, karena dapat membantu dalam penyusunan laporan keuangan yang dibutuhkan untuk memperoleh pendanaan dari investor, bank, atau pihak lain (Joseph, 2024).

Menurut (Warisi et al., 2024), literasi *accounting* melibatkan pengetahuan tentang catatan keuangan dan kemampuan mengaplikasikannya dalam operasi sehari-hari. Bagi UMKM, akuntansi sangat penting untuk mengelola keuangan sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro Kecil Menengah (SAK EMKM). Meskipun demikian, masih banyak pemilik UMKM yang tidak menggunakan informasi akuntansi secara benar atau bahkan tidak menerapkannya sama sekali (D. N. Nuraeni et al., 2024). UMKM lebih berfokus pada aktivitas operasional dan mengabaikan pencatatan akuntansi serta laporan keuangan. Hal ini dapat menyulitkan mereka dalam pengambilan keputusan dan evaluasi

kinerja bisnis karena dengan literasi *accounting* mempengaruhi informasi akuntansi bagi siapa saja khususnya UMKM (Kaukab, 2020).

Berdasarkan pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa literasi *accounting* adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Ini mencakup pengetahuan dasar tentang prinsip prinsip akuntansi, serta kemampuan untuk membaca, menganalisis, dan menginterpretasikan laporan keuangan. Literasi *accounting* penting bagi individu maupun pelaku usaha, terutama UMKM, karena dapat membantu mereka mengelola keuangan secara lebih efisien, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan merencanakan keuangan untuk mencapai tujuan jangka panjang.

2. Faktor yang Mempengaruhi Literasi *Accounting* (Akuntansi)

Menurut (Afasya & Ardila, 2025), faktor-faktor yang mempengaruhi literasi *accounting*, seperti uang saku, pendidikan orang tua, dan pendapatan, dapat memengaruhi sejauh mana seseorang atau pelaku usaha memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut tentang faktor-faktor tersebut:

a. Uang Saku

Uang saku adalah jumlah uang yang diberikan kepada

individu (terutama pelajar atau anak muda) oleh orang tua atau wali mereka untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jumlah uang saku yang diberikan dapat mempengaruhi cara seseorang mengelola uang mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan atau mengurangi literasi *accounting* mereka. Ketika seseorang diberi uang saku yang cukup, mereka mungkin akan lebih sering terlibat dalam aktivitas pengelolaan keuangan sehari-hari, seperti mencatat pengeluaran dan menabung, yang bisa meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip dasar keuangan dan akuntansi (Afasya & Ardila, 2025).

b. Pendidikan Orang Tua

Pendidikan orang tua memiliki peran besar dalam membentuk literasi *accounting* anak-anak mereka. Orang tua yang memiliki tingkat pendidikan yang baik, terutama dalam bidang ekonomi atau akuntansi, cenderung lebih mampu mengajarkan anak- anak mereka tentang pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif. Mereka dapat memberikan pengetahuan dasar tentang pencatatan keuangan, mengatur anggaran, dan membuat keputusan keuangan yang bijak. Sebaliknya, orang tua dengan tingkat pendidikan yang rendah mungkin tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengajarkan prinsip-prinsip akuntansi yang tepat kepada anak-anak mereka (Afasya & Ardila, 2025).

c. Pendapatan

Pendapatan seseorang juga sangat berpengaruh terhadap literasi *accounting*. Individu yang memiliki pendapatan tetap atau cukup tinggi cenderung lebih terlibat dalam perencanaan keuangan dan pengelolaan dana. Mereka mungkin lebih cenderung untuk mengalokasikan sebagian pendapatan mereka untuk investasi, tabungan, atau dana pensiun, yang memerlukan pemahaman tentang prinsip akuntansi dasar. Sebaliknya, individu dengan pendapatan yang lebih rendah atau tidak tetap mungkin lebih fokus pada kebutuhan dasar dan lebih sedikit terlibat dalam perencanaan atau pengelolaan keuangan jangka panjang. Namun, bagi mereka yang memiliki pendapatan lebih rendah, pengelolaan keuangan yang baik justru bisa lebih penting untuk menciptakan stabilitas finansial (Afasya & Ardila, 2025).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, faktor-faktor ini saling terkait dan dapat mempengaruhi sejauh mana seseorang memahami konsep- konsep dasar dalam akuntansi dan keuangan, yang sangat penting untuk pengelolaan keuangan yang efisien, terutama bagi para pelaku UMKM atau individu yang ingin menjaga kestabilan keuangan pribadi maupun usaha mereka.

3. Indikator Literasi *Accounting* (Akuntansi)

Menurut Anjaryati et al., (2023) dan Yusuf & Taruh (2022), indikator literasi *accounting* dapat dilihat dari tiga aspek utama, yaitu:

a. Kemampuan Dasar dalam Mengelola Keuangan

Kemampuan ini mencakup pengetahuan dasar tentang bagaimana mengelola uang, termasuk mengatur pengeluaran dan pemasukan. Individu yang memiliki literasi *accounting* yang baik akan tahu cara membuat anggaran, memonitor pengeluaran, serta menjaga keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Ini juga mencakup kemampuan untuk membayar tagihan tepat waktu, menghindari utang yang berlebihan, serta menyisihkan uang untuk kebutuhan mendatang.

b. Menabung dan Merencanakan Keuangan

Indikator kedua ini berkaitan dengan kemampuan untuk merencanakan keuangan pribadi atau bisnis dalam jangka panjang. Individu yang memiliki literasi *accounting* yang baik akan mengetahui pentingnya menabung dan menyisihkan sebagian pendapatan untuk kebutuhan masa depan, seperti dana darurat, pensiun, atau investasi. Selain itu, mereka akan membuat rencana keuangan yang jelas dan realistis untuk mencapai tujuan-tujuan keuangan mereka.

c. Memahami Produk-produk Keuangan dan Investasi

Pemahaman tentang produk keuangan dan investasi

merupakan indikator penting lainnya. Literasi *accounting* yang baik melibatkan pemahaman terhadap berbagai produk keuangan yang tersedia, seperti tabungan, asuransi, saham, obligasi, reksa dana, dan produk investasi lainnya. Individu yang literat dalam akuntansi akan mampu memilih produk keuangan yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhan mereka, serta dapat mengelola risiko yang terkait dengan investasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan, ketiga indikator ini menggambarkan pemahaman dasar yang diperlukan untuk mengelola keuangan secara efektif dan bijak. Kemampuan dalam mengelola keuangan, merencanakan masa depan, serta memahami berbagai produk keuangan dan investasi sangat penting dalam mengoptimalkan kesejahteraan finansial, baik untuk individu maupun untuk pengelolaan keuangan bisnis.

D. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

1. Definisi UMKM

Menurut (D. N. Nuraeni et al., 2024), Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan

usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

a. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi

Poduktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- Undang ini.

b. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi

Produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Menurut (Sari et al., 2024), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Selama krisis ekonomi yang terjadi pada periode 1998 hingga 2000 mengakibatkan adanya krisis perekonomian nasional tersebut

sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya (Anaqi et al., 2023). (Natsir & Bangun, 2024) UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Putri & Widadi, 2024).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), UMKM didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja, di mana usaha kecil memiliki tenaga kerja antara 5 hingga 19 orang, sementara usaha menengah memiliki tenaga kerja antara 20 hingga 99 orang. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pemerintah memberikan perhatian besar terhadap sektor ini, terbukti dengan adanya wadah UMKM dan Koperasi yang berada di bawah Kementerian Koperasi dan UMKM (Ratiyah et al., 2021). Dukungan ini diberikan sebagai bentuk penghargaan pemerintah atas kontribusi UMKM dalam menopang ekonomi rakyat kecil, yang berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan

masyarakat. UMKM juga berperan penting dalam membantu mengentaskan kemiskinan, meratakan perekonomian masyarakat, dan memberikan pemasukan devisa bagi negara (Hidayat & Kholik, 2024).

Berdasarkan penjelasan tentang UMKM di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat kecil. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak ekonomi rakyat dengan mendukung ketahanan ekonomi dan mengurangi kemiskinan. Pemerintah memberikan perhatian yang besar terhadap sektor ini, terbukti dengan adanya wadah khusus yang di bawah Kementerian Koperasi dan UMKM. Dengan adanya dukungan dan perlindungan dari pemerintah, UMKM mampu bertahan dan berkembang, memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, serta berkontribusi terhadap perekonomian negara.

2. Kriteria UMKM

Menurut (Sari et al., 2024) menyatakan dalam Peraturan Pemerintah (PP) UMKM No. 7/2021 Pasal 35, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha mencakup modal sendiri dan pinjaman yang digunakan untuk kegiatan operasional

usaha. Kriteria modal usaha tersebut adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro memiliki modal tidak lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
b. Usaha Kecil memiliki modal lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan maksimal Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
c. Usaha Menengah memiliki modal lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sementara itu, menurut Irma & Gunadi (2023) serta Haryani (2022) dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6, kriteria UMKM adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), dengan penjualan tahunan maksimal Rp300.000.000,00.
b. Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), dengan penjualan tahunan di atas Rp300.000.000,00 hingga maksimal Rp2.500.000.000,00.
c. Usaha Menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari

Rp500.000.000,00 hingga maksimal Rp10.000.000.000,00, dengan penjualan tahunan di atas Rp2.500.000.000,00 hingga maksimal Rp50.000.000.000,00.

3. Peranan UMKM

Menurut (Anaqi et al., 2023), UMKM ternyata tidak hanya sekadar kategori usaha, tetapi juga memiliki peran penting dan manfaat yang signifikan. Berikut adalah beberapa manfaat utama yang dapat diberikan oleh usaha mikro:

a. Membuka Lapangan Kerja

Dengan skala bisnis yang dapat mencapai ratusan juta rupiah, usaha mikro memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini disebabkan oleh sifat usaha mikro yang mampu berkembang dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Selain itu, persyaratan untuk bekerja di sektor ini biasanya lebih mudah diakses, memungkinkan banyak orang untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi ini.

b. Pendorong Perekonomian yang Lebih Merata

Usaha mikro berkontribusi besar dalam menciptakan perekonomian yang lebih merata. Melalui keberadaan usaha mikro, pemerataan ekonomi dapat terwujud baik di daerah perkotaan maupun pedesaan. Usaha mikro memungkinkan masyarakat di berbagai wilayah untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi, mengurangi kesenjangan ekonomi antar

wilayah, dan memperkuat daya beli masyarakat secara keseluruhan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa UMKM, khususnya usaha mikro, memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian. Selain membuka peluang kerja bagi banyak orang, usaha mikro juga berkontribusi dalam menciptakan pemerataan ekonomi di berbagai wilayah, baik perkotaan maupun pedesaan. Dengan potensi tersebut, usaha mikro tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

E. Penelitian Terdahulu

Sariana Damis & Hernianti Harun (2023), Judul: “Peningkatan Pendapatan Usaha UMKM Asoka Desa Tanra Tuo Kecamatan Cempa Kabupaten Pinrang Melalui Digitalisasi Bisnis”. Penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis seperti penggunaan media sosial dan platform online berhasil meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan dari bulan ke bulan. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi merupakan strategi yang efektif untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM secara nyata.

Sintia Maya & Anggun Permata Husada (2024), Judul: “Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM”. E-commerce terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sistem informasi akuntansi juga

berpengaruh secara signifikan. Namun, pengetahuan akuntansi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, aspek teknologi digital lebih menentukan dalam mendorong performa usaha dibanding keahlian akuntansi formal.

Azzahra Shavira Putrie & Kurnia Rina Ariani (2024), Judul: "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan pada Kinerja Perusahaan UMKM", Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan e-commerce dan literasi keuangan secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Sebaliknya, sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini memperkuat bahwa adopsi teknologi dan pemahaman keuangan sederhana berperan penting dalam menunjang kinerja usaha.

Herawati Khotmi, Husnul Hikmah, Agus Khazin Fauzi & Yuli Astini (2024), Judul: "Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, E-Commerce, Digital Payment, dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kota Mataram", Media sosial dan pembayaran digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, literasi keuangan, e-commerce, dan orientasi wirausaha tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat literasi dan implementasi teknologi oleh sebagian besar pelaku UMKM dalam studi tersebut.

Savera Wahyuni, Wawan Sadtyo Nugroho, Anissa Hakim Purwantini & Siti Noor Khikmah (2021), Judul: "Pengaruh E-Commerce, Budaya

Organisasi, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kota Magelang", Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, budaya organisasi dan penggunaan sistem informasi akuntansi tidak memiliki pengaruh signifikan. Ini menekankan pentingnya digitalisasi dan literasi dasar dalam peningkatan performa usaha kecil.

Wafiq Asisa, Putri Aulia, Novi Dalianti & Yusti Rahayu Handa (2022), Judul: "Pengaruh Pemahaman Literasi Keuangan dan Kemudahan Digital Payment terhadap Kinerja UMKM di Kota Makassar", Literasi keuangan dan kemudahan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Hasil ini menegaskan bahwa pemahaman finansial dasar dan akses transaksi non-tunai merupakan faktor penting dalam memperkuat kinerja usaha kecil di kota besar seperti Makassar.

Lady Noor & Mirzam Arqy Ahmadi (2025), Judul: "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Dukungan Teknologi terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Karanganyar", Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi, literasi keuangan, dan dukungan teknologi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Ketiganya mendorong efisiensi pengelolaan keuangan, akses terhadap pembiayaan, dan keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

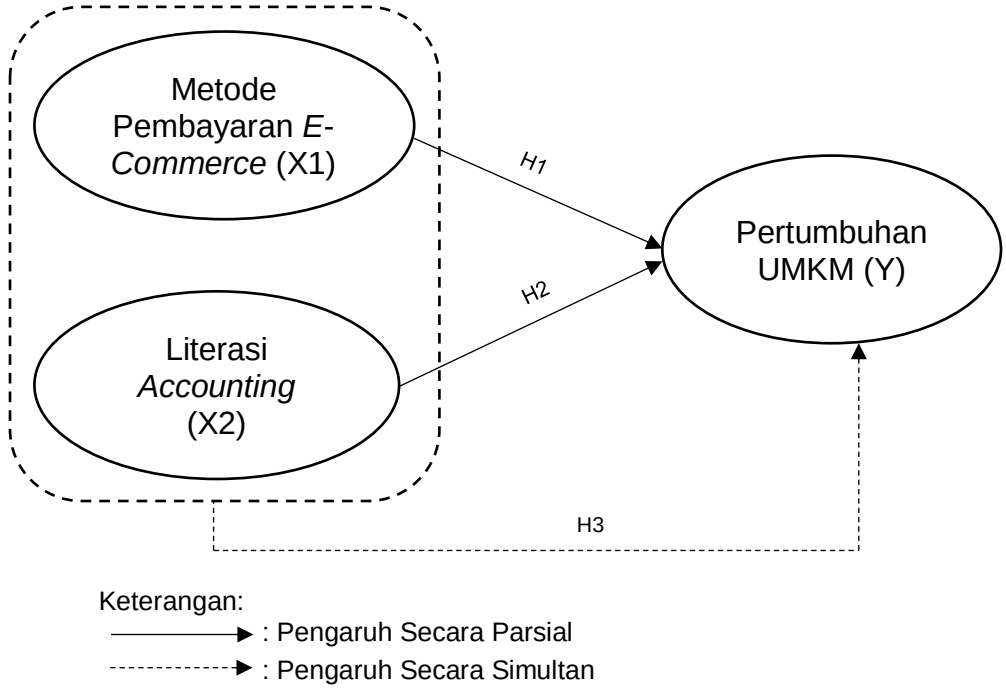
F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan rancangan awal yang menggambarkan hubungan antarvariabel dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Metode Pembayaran *E-Commerce* (X_1) dan Literasi *accounting* (X_2), sedangkan variabel terikatnya adalah Pertumbuhan UMKM (Y). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat diuji dengan dua pendekatan: secara parsial, yaitu melihat pengaruh masing-masing variabel X terhadap Y secara terpisah, dan secara simultan, yaitu melihat pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y secara bersama-sama. Pengaruh dikatakan signifikan secara parsial apabila hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 untuk masing-masing variabel X, sedangkan dikatakan signifikan secara simultan apabila hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi < 0,05 terhadap model regresi yang menggabungkan kedua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Asumsi bahwa Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *accounting* berpengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM didasarkan pada teori dan temuan empiris yang menunjukkan bahwa digitalisasi transaksi dan pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor kunci dalam mengembangkan usaha kecil. Penggunaan metode pembayaran berbasis *e-commerce* mempermudah pelaku UMKM dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi, yang secara langsung berdampak pada peningkatan skala dan volume usaha. Sementara itu,

Literasi *accounting* memungkinkan pelaku UMKM untuk menyusun laporan keuangan sederhana, mengelola arus kas, serta membuat keputusan usaha yang tepat.

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



G. Hipotesis

Menurut (Khairunnisa et al., 2022), Hipotesis merupakan hal umum dan sederhana dalam penelitian kuantitatif, akan tetapi berperan mengarahkan perjalanan penelitian. Hipotesis dibutuhkan untuk merespon pertanyaan penelitian, sehingga menjadi acuan pengumpulan data. Disebut sebagai sementara karena jawaban yang diberikan masih berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan kata lain, hipotesis juga dapat dipahami sebagai jawaban teoritis atas rumusan masalah penelitian, yang belum didukung oleh bukti empiris.

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh Metode Pembayaran *E-Commerce* terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga KerjaKota Parepare**

   Penerapan teknologi dalam pemasaran, khususnya melalui *E-Commerce*, diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan UMKM. Teknologi informasi adalah alat yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah, dan memanfaatkan informasi dalam berbagai bentuk. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, usaha kecil dan menengah dapat menjangkau pasar global. *E-Commerce* memungkinkan perusahaan kecil untuk lebih fleksibel dalam produksi, mempercepat pengiriman kepada pelanggan, mengurangi biaya, dan mendukung transaksi yang lebih cepat dan tanpa kertas. Penggunaan internet memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar global, yang pada gilirannya membuka peluang untuk menarik lebih banyak konsumen. Hal ini berpotensi meningkatkan kinerja UMKM seiring dengan meningkatnya jumlah konsumen (Juliantari et al., 2024).

   Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

   H1: Metode Pembayaran *E-Commerce* Berpengaruh Signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

2. **Pengaruh Literasi *Accounting* terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare**

Literasi *accounting* yang baik dapat meningkatkan pendapatan, sehingga UMKM perlu mempertimbangkan pengelolaan keuangan yang tepat. Tata kelola keuangan yang baik, yang didukung oleh pemahaman keuangan yang solid, dapat memengaruhi gaya hidup, tingkat penghasilan, dan kinerja UMKM (Warisi et al., 2024). Literasi *accounting* mencakup pengetahuan, nilai, dan keterampilan yang mempengaruhi perilaku serta sikap seseorang dalam mengelola keuangan dan membuat keputusan yang berdampak pada kesejahteraan. Peningkatan jumlah pelanggan yang membeli produk dan kembali membeli produk tersebut mencerminkan kinerja pemasaran yang berhubungan dengan pertumbuhan pelanggan.

UMKM perlu memikirkan cara pengelolaan keuangan yang tepat, karena literasi *accounting* yang baik dapat meningkatkan pendapatan. Pengelolaan keuangan yang tepat, didukung oleh literasi keuangan yang baik, dapat meningkatkan kualitas hidup dan pendapatan serta memperbaiki kinerja UMKM. Beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM antara lain literasi keuangan dan inklusi keuangan (Joseph, 2024), serta pemanfaatan teknologi informasi dan penggunaan sistem informasi akuntansi (Prakoso, 2020). Semakin baik literasi *accounting* yang dimiliki oleh pelaku UMKM, semakin baik pula kinerja keuangan yang dapat mereka capai.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis

sebagai berikut:

H2: Pemahaman Literasi *accounting* Berpengaruh Signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare.

3. Pengaruh Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *accounting* terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Pertumbuhan UMKM tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengadopsi teknologi dan mengelola keuangan secara efektif. Di era digital saat ini, metode pembayaran *e-commerce* seperti *QRIS, e-wallet*, dan transfer bank telah menjadi bagian penting dalam operasional UMKM. Teknologi ini tidak hanya mempermudah proses transaksi, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, mempercepat arus kas, dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian sebelumnya oleh (Shavira Putrie & Ariani, 2024) menunjukkan bahwa digitalisasi pembayaran secara signifikan meningkatkan efisiensi operasional dan volume penjualan UMKM.

Di sisi lain, literasi *accounting* juga menjadi aspek penting dalam menunjang keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Pelaku UMKM yang memahami prinsip-prinsip dasar akuntansi mampu menyusun pencatatan keuangan yang rapi, membuat laporan sederhana, serta menganalisis arus kas dan laba usaha secara mandiri. Studi dari

(Warisi et al., 2024) menyebutkan bahwa literasi *accounting* berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan UMKM mengakses modal, mengelola keuangan, dan mengembangkan strategi usaha yang lebih tepat sasaran.

Kedua aspek ini penguasaan teknologi pembayaran dan kemampuan akuntansi dasar tidak dapat dipisahkan. Keduanya saling melengkapi dan membentuk sistem manajemen usaha yang lebih profesional terhadap perkembangan zaman. Dengan pembayaran digital, pelaku UMKM dapat memperluas pasar, sementara dengan literasi *accounting*, mereka dapat mengelola transaksi lebih efektif. Studi oleh (D. N. Nuraeni et al., 2024) bahkan menemukan bahwa kombinasi keduanya memberikan pengaruh simultan yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

Berdasarkan paparan di atas, maka dirumuskan hipotesis H3 sebagai berikut:

H3: Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *accounting* Berpengaruh signfikan terhadap Pertumbuhan UMKM di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare .

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menggunakan data kuantitatif untuk menganalisis fenomena yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2021) data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, dan disajikan dalam bentuk angka atau bilangan. Dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan hubungan antara variabel yang saling memengaruhi satu sama lain. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel disajikan dalam bentuk angka, sehingga memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis secara statistik dan mengukur pengaruh antar variabel dengan cara yang objektif.

Pendekatan ini memberikan kelebihan dalam menghasilkan temuan yang lebih terukur, dapat digeneralisasikan, dan memberikan bukti yang kuat untuk menjelaskan pola hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antar variabel yang dikaji, baik yang saling mempengaruhi atau dipengaruhi, dalam konteks yang lebih terukur dan berbasis angka. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

X1 : Metode Pembayaran *E-Commerce*

X2 : Pemahaman Literasi *Accounting*

Y : Pertumbuhan UMKM

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan di Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare. Lokasi ini dipilih karena instansi ini memiliki peran strategis dalam pembinaan pelaku UMKM melalui berbagai program pelatihan dan pendampingan usaha. Adapun alamat lengkap Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare di Jalan Jendral Sudirman No. 61, Bumi Harapan, Bacukiki Barat, Tiro Sompe, Kec. Bacukiki Barat, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan, Kode Pos 91122.

2. Waktu Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan, yaitu dimulai dari bulan April hingga Juni 2025. Proses pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM binaan, wawancara terbatas, serta pengolahan data secara sistematis.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Menurut (Sugiyono, 2021), populasi merujuk pada suatu kelompok atau wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kuantitas dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pelaku UMKM yang terdaftar secara resmi

di bawah binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, khususnya yang memiliki Surat Izin Usaha Perorangan (SIUP). Total populasi yang tercatat dan dijadikan dasar dalam penelitian ini berjumlah 16.334 pelaku UMKM.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2021), sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2021), *Purposive Sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan dihitung dengan menggunakan Rumus *Slovin*. Rumus *Slovin* adalah rumus yang digunakan untuk mengolah jumlah sampel minimal. Dengan menggunakan Rumus Slovin, peneliti dapat menentukan jumlah sampel yang tepat untuk mendapatkan hasil yang representatif dengan margin 10%. Rumus Slovin tersebut adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{16.334}{1 + 16.334(0{,}10)2}$$

$$n = \frac{16.334}{1 + 16.334(0{,}01)}$$

$$n = \frac{16.334}{1 + 163{,}34}$$

$$n = \frac{16.334}{164{,}34}$$

$$n = 99{,}39$$

Agar memenuhi persyaratan minimal jumlah sampel dan memudahkan peneliti maka jumlah sampel penelitian ditetapkan

sebanyak 100 pelaku UMKM.

Dari 100 pelaku UMKM, hanya 60 responden yang memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam teknik *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti ingin memastikan bahwa responden benar-benar relevan dengan variabel penelitian yang dianalisis. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pelaku UMKM yang aktif menjalankan usaha dalam 1–5 tahun terakhir.
b. Telah menggunakan atau mengenal metode pembayaran digital (*QRIS, transfer bank, e-wallet*).
c. Memiliki pengalaman atau pemahaman terkait pencatatan keuangan usaha, baik manual maupun menggunakan aplikasi.
d. Terdaftar resmi sebagai binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare (tercatat dalam database dinas).

Ke-60 responden berasal dari berbagai sektor usaha seperti:

a. Kuliner
b. Kerajinan tangan
c. Jasa
d. Fashion
e. Teknologi
f. Apotek dan perlengkapan sekolah

Mereka tersebar di beberapa kecamatan di Kota Parepare dan telah mengikuti program pelatihan maupun pendampingan yang

difasilitasi oleh Dinas Tenaga Kerja.

Berikut adalah tabel nama usaha umkm, jenis usaha dan lama usaha berjalan.

Tabel 3. 1 Detail 60 Umkm

No	Nama Usaha	Jenis Usaha	Lama Usaha Berjalan
1	Toko Syafi'i	Alat Perlengkapan Sekolah	1–3 tahun
2	Apotek Ilham	Apotik	< 1 tahun
3	DS *Fashion*	*Fashion*	< 1 tahun
4	*Five Distro Official*	*Fashion*	< 1 tahun
5	*I am fashion store*	*Fashion*	< 1 tahun
6	*My OOTD3*	*Fashion*	< 1 tahun
7	*Illshop*	*Fashion*	< 1 tahun
8	*Nobby Hijab* Parepare	*Fashion*	< 1 tahun
9	Amaryllis Hijab	*Fashion*	1–3 tahun
10	HJ Murni Collection	*Fashion*	1–3 tahun
11	Yayuk Collection	*Fashion*	1–3 tahun
12	Toko *Pink*	*Fashion*	4–6 tahun
13	*Melany Collection*	*Fashion*	4–6 tahun
14	*Citra Printing Service*	Jasa	< 1 tahun
15	Bengkel Motor Andalas	Jasa	< 1 tahun
16	Pondok Indah Pare	Jasa	> 6 tahun
17	*Digital Print* Parepare	Jasa	1–3 tahun
18	Sejati *Cellular*	Jasa	1–3 tahun
19	*Laundry* Kiloan Bersih Cepat	Jasa	1–3 tahun
20	Tambal Ban Roda Jaya	Jasa	4–6 tahun
21	*PV Shop*	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
22	Kerajinan Manik-Manik Putri	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
23	*Aiskah Craft*	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
24	*Craft Itaa*	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
25	Gantungan Kunci	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
26	*Triple A*	Kerajinan Tangan	< 1 tahun
27	*Buket.id*	Kerajinan Tangan	1–3 tahun
28	Mulyah Jaya	Kerajinan Tangan	1–3 tahun
29	*Quantum Com*	Kerajinan Tangan	1–3 tahun
30	Toko 75	Kerajinan Tangan	4–6 tahun
31	Bakso Semarang	Kuliner	< 1 tahun

32	Warung Bakso Prasmanan	Kuliner	< 1 tahun
33	Es Kopi susu	Kuliner	< 1 tahun
34	Warung SS	Kuliner	< 1 tahun
35	Es Kocok Durian	Kuliner	< 1 tahun
36	Es teh solo	Kuliner	< 1 tahun
37	Ayam Geprek Sun	Kuliner	< 1 tahun
38	Gorengan Sulawesi	Kuliner	< 1 tahun
39	*Magic Water*	Kuliner	< 1 tahun
40	Nasi Bakar	Kuliner	< 1 tahun
41	Seblak Sultan	Kuliner	< 1 tahun
42	Coto Karaeng	Kuliner	1–3 tahun
43	Istana Kanse	Kuliner	1–3 tahun
44	Makanja *Factory*	Kuliner	1–3 tahun
45	*Tuuk Eatery*	Kuliner	1–3 tahun
46	Kios Sederhana	Kuliner	1–3 tahun
47	Bakmi 43	Kuliner	1–3 tahun
48	Rumah Makan Sarinah	Kuliner	1–3 tahun
49	Burger Bangor Parepare	Kuliner	1–3 tahun
50	Rumah Makan Goyang Lidah	Kuliner	> 6 tahun
51	Toko Kembar	Pedagang Eceran	> 6 tahun
52	Hj. Rina	Pedagang Eceran	< 1 tahun
53	Sinar Makmur	Teknologi	< 1 tahun
54	*Service* Kilat	Teknologi	< 1 tahun
55	Toko Bintang Timur	Teknologi	< 1 tahun
56	Toko Jujur	Teknologi	< 1 tahun
57	*Atech* Komputer	Teknologi	< 1 tahun
58	Mahadewa Komputer	Teknologi	4–6 tahun
59	Toko Audio Elektronik	Teknologi	< 1 tahun
60	Sinar Elektronik	Teknologi	1–3 tahun

Sumber: Fasilitator Kantor Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare 2025

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Skala
E-Commerce (X1), *E-commerce* (perdagangan elektronik) merujuk pada proses jual beli barang atau jasa melalui internet. Ini melibatkan transaksi bisnis yang dilakukan secara online antara perusahaan dengan konsumen (B2C), antar perusahaan (B2B), atau bahkan antara konsumen itu sendiri (C2C). (Handayanti et al., 2022).	Skala *Likert*
Literasi *Accounting* (Akuntansi) (X2), merujuk pada pemahaman dan kemampuan seseorang dalam membaca, memahami, dan menggunakan informasi keuangan yang disajikan dalam laporan keuangan. Ini meliputi pengetahuan tentang konsep dasar akuntansi, seperti pencatatan transaksi, penyusunan laporan laba rugi, neraca, dan arus kas, serta bagaimana informasi ini dapat digunakan untuk pengambilan keputusan dalam dunia bisnis (Joseph, 2024).	Skala *Likert*
UMKM (Y), kategori usaha yang didasarkan pada skala usaha dan jumlah aset atau pendapatan yang diperoleh. UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan daya saing, dan mempercepat pertumbuhan ekonomi (Ratiyah et al., 2021).	Skala *Likert*

E. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan

berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer

Menurut (Sugiyono, 2021), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data ini diperoleh langsung dari objek penelitian, seperti melalui wawancara atau penyebaran daftar pertanyaan kepada responden yang memenuhi kriteria tertentu. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan alat statistik SPSS.

2. Data Sekunder

(Sugiyono, 2021) menjelaskan bahwa data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan informasi kepada pengumpul data. Data ini berfungsi sebagai data pendukung untuk melengkapi data primer dan biasanya diperoleh dari sumber lain, seperti buku, jurnal sebelumnya, atau literatur terkait.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Kuesioner berfungsi sebagai metode utama, sementara wawancara digunakan sebagai metode tambahan untuk meningkatkan validitas data yang diperoleh.

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Andriani et al., 2025). Dalam penelitian ini, jenis

kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dan terstruktur, yang terdiri dari pertanyaan dengan beberapa pilihan jawaban tertentu, dimana responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapat mereka. Pertanyaan dalam kuesioner ini dibuat dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR) atau yang lebih dikenal dengan skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2021), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial. Berdasarkan pengembangan instrumen penelitian, jawaban pada kuesioner akan diberikan skor sesuai dengan tabel berikut:

Tabel 3. 3 Skala Likert

Jawaban Responden	Singkatan	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Priadana & Sunarsi, 2021

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan yang telah diberikan alternatif jawaban secara tertulis untuk di isi oleh responden dalam penelitian ini ialah pelaku UMKM yang dalam batasan pedagang kecil serta memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perorangan) di Kota Parepare sebanyak 60 orang yang dimana sesuai dengan kebutuhan penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara tidak terstruktur adalah metode pengumpulan data di mana peneliti tidak menggunakan pedoman pertanyaan baku, melainkan hanya berbekal topik atau isu utama yang ingin digali dari responden. Pendekatan ini memungkinkan fleksibilitas dalam menggali informasi berdasarkan konteks yang berkembang selama proses wawancara.

Dalam penelitian ini, wawancara tidak terstruktur digunakan untuk melengkapi dan memperdalam informasi yang tidak sepenuhnya dapat terungkap melalui kuesioner tertutup. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa pelaku UMKM di bawah binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, terutama mereka yang telah memiliki Surat Izin Usaha Perorangan (SIUP) dan bergerak dalam sektor kuliner, fashion, kerajinan tangan, jasa, teknologi, serta perdagangan kecil.

Topik utama yang dibahas dalam wawancara mencakup:

a. Pengalaman penggunaan metode pembayaran *e-commerce* dalam aktivitas usaha sehari-hari.
b. Tingkat pemahaman dan penerapan prinsip dasar akuntansi atau pencatatan keuangan sederhana.
c. Perubahan yang dirasakan dalam hal pertumbuhan usaha sejak menerapkan sistem pembayaran digital dan pencatatan keuangan.

d. Kendala dan kebutuhan pelaku UMKM dalam meningkatkan literasi digital dan finansial.

Hasil dari wawancara ini tidak hanya mendukung data kuantitatif, tetapi juga memberikan gambaran nyata mengenai tantangan dan dampak langsung dari digitalisasi pembayaran dan akuntansi terhadap usaha mikro di Parepare. Fleksibilitas metode ini memungkinkan peneliti menangkap jawaban-jawaban spontan dan reflektif dari responden yang sangat relevan dengan tujuan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian (Sugiyono, 2021). Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian ini. Dalam penelitian ini juga, peneliti mengumpulkan bukti-bukti atau catatan-catatan penting yang berkaitan dengan penelitian seperti dokumen-dokumen, selain itu dokumentasi foto-foto saat proses wawancara berlangsung dan foto-foto lainnya sebagai pendukung hasil penelitian.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier ganda. Analisis deskriptif

bertujuan untuk mendeskripsikan data penelitian secara umum, sementara analisis regresi linier ganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data metrik (interval atau rasio). Sebelum melakukan analisis regresi linier ganda, terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan analisis, yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrika dan memenuhi penaksiran BLUE *(Best Linear Unbiased Estimator),* yang berarti penaksiran tersebut tidak bias, linier, dan konsisten. Uji asumsi klasik terdiri dari beberapa pengujian, yaitu (Sugiyono, 2021):

1. **Uji Normalitas**

   Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data variabel penelitian berasal dari distribusi normal. Pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini, normalitas diuji menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Normalitas terpenuhi jika nilai sig. > 0,05.

2. **Uji Multikolinieritas**

   Multikolinieritas mengacu pada adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel independen, yang sebaiknya dihindari. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa variabel independen tidak saling berkorelasi kuat, yang dapat menyebabkan hasil regresi tidak valid. Uji multikolinieritas terpenuhi jika nilai *tolerance* seluruh variabel independen mendekati 1 dan tidak lebih kecil dari 0,2, serta

nilai VIF *(Variance Inflation Factor)* untuk setiap variabel independen tidak lebih dari 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merujuk pada ketidaksetaraan varians residual pada model regresi, yang harus dihindari. Uji heteroskedastisitas dilakukan secara grafis dengan menggunakan scatter plot. Jika titik- titik pada scatter plot tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu, maka uji heteroskedastisitas terpenuhi.

Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, analisis regresi linier ganda dapat dilakukan. Hasil utama dari analisis ini adalah nilai koefisien determinasi (R^2) dan model persamaan regresi linier ganda yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2$$

Keterangan:

X1 = *E-Commerce*

X2 = Literasi *Accounting*

Y = UMKM

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi untuk *E-Commerce*

b2 = Koefisien regresi untuk Literasi *Accounting*

Nilai koefisien determinasi (R^2) menggambarkan seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan pengaruh

variabel independen (*E-Commerce* dan Literasi *Accounting*) terhadap variabel dependen (UMKM). Sementara itu, nilai koefisien regresi b1 dan b2 menunjukkan besar dan arah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap pertumbuhan UMKM.

BAB IV
GAMABARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Objek Penelitian

Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare (Disnaker) dibentuk sebagai bagian dari upaya pemerintah daerah untuk menangani urusan ketenagakerjaan secara khusus di wilayah Kota Parepare. Pembentukan Disnaker sejalan dengan kebutuhan daerah untuk mengelola dinamika ketenagakerjaan, mulai dari penyaluran tenaga kerja, pelatihan, hingga perlindungan hak-hak pekerja. Salah satu unit pelaksana teknis yang berada di bawah naungan Disnaker adalah Balai Latihan Kerja (BLK) Kota Parepare, yang sejak awal keberadaannya berperan penting dalam peningkatan kompetensi tenaga kerja lokal.

Seiring perkembangan waktu, Disnaker Kota Parepare tidak hanya berfokus pada penyaluran tenaga kerja, tetapi juga aktif dalam program-program pemberdayaan dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Salah satu program nasional yang diimplementasikan di Parepare adalah Program Kartu Prakerja, yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pencari kerja dan pekerja terdampak ekonomi. Namun, pelaksanaan program ini di Parepare masih menghadapi tantangan dalam hal efektivitas dan pencapaian sasaran, terutama dalam menjangkau kelompok masyarakat yang benar-benar membutuhkan.

Selain menjalankan tugas-tugas pokok, Disnaker juga mendorong inovasi di bidang ketenagakerjaan. Misalnya, terdapat kolaborasi lintas dinas dalam pemberdayaan perempuan melalui program "Berdaya Srikandi Oleh Srikandi" yang dijalankan Dinas Pertanian, Kelautan, dan Perikanan, namun didukung juga oleh data dan intervensi dari Disnaker. Program ini berhasil meningkatkan partisipasi kerja perempuan pesisir secara signifikan dan mendapatkan penghargaan tingkat nasional, seperti Top 45 Inovasi Pelayanan Publik Indonesia Tahun 2020.

Disnaker Parepare merupakan induk dari Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) seperti BLK, yang berfungsi sebagai pusat pelatihan kerja berbasis kompetensi. Standar operasional dan kelembagaan BLK mengikuti regulasi nasional, seperti Peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2017 tentang Standar Balai Latihan Kerja.

Hingga saat ini, Disnaker Kota Parepare terus berupaya meningkatkan pelayanan publik di bidang ketenagakerjaan. Fokus utama meliputi:

1. Penyediaan pelatihan kerja melalui BLK untuk meningkatkan daya saing tenaga kerja lokal.
2. Penyaluran tenaga kerja ke sektor formal dan informal.
3. Perlindungan dan advokasi hak-hak pekerja.

4. Kolaborasi dengan berbagai pihak untuk inovasi program pemberdayaan masyarakat, termasuk kelompok perempuan dan pemuda.

Disnaker juga aktif dalam mengumpulkan data ketenagakerjaan, memantau tingkat pengangguran, dan merancang kebijakan berbasis data untuk menjawab tantangan pasar kerja di Parepare.

B. Perkembangan Perusahaan atau Instansi/Daerah

Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare mengalami perkembangan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, terutama dalam hal digitalisasi layanan. Salah satu langkah besar adalah penghentian pelayanan pembuatan Kartu Antar Kerja (AK.1) secara konvensional dan transisi penuh ke sistem digital. Melalui aplikasi Siap Kerja, pencari kerja kini dapat membuat AK.1 dari mana saja tanpa harus datang langsung ke kantor Disnaker. Inovasi ini bertujuan meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya dan waktu, serta memperluas akses layanan bagi masyarakat Parepare. Digitalisasi ini juga didukung regulasi nasional dan menjadi bagian dari upaya pemerintah pusat dalam mendorong pelayanan publik berbasis teknologi informasi.

Disnaker Parepare aktif berkolaborasi dengan berbagai institusi pendidikan dan pelatihan, seperti UPTD Balai Latihan Kerja (BLK), Institut Teknologi BJ Habibie, dan IAIN Parepare. Program pelatihan yang diluncurkan menyasar pelaku UMKM dan calon tenaga kerja dengan materi seperti digital marketing, otomotif, tata boga, hingga

pelatihan makanan olahan jamur. Tujuannya adalah memberdayakan masyarakat agar siap kerja dan mampu memulai usaha secara mandiri.

Selain pelatihan teknis, Disnaker juga fokus pada penguatan soft skill melalui kerja sama dengan *Career Development Center* (CDC) IAIN Parepare. Kegiatan seperti workshop, seminar *karier*, *job fair*, dan *career coaching clinic* digelar untuk meningkatkan daya saing lulusan perguruan tinggi menghadapi dunia kerja yang dinamis dan penuh tantangan.

Disnaker Parepare juga menaruh perhatian pada generasi muda, terutama Gen Z, dengan memberikan penyuluhan dan bimbingan jabatan terkait tren dunia kerja, tantangan disrupsi, serta pentingnya etika profesional dan kemampuan beradaptasi. Kolaborasi dengan institusi pendidikan bertujuan mempersiapkan lulusan agar tidak hanya siap kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang kerja baru di masa depan.

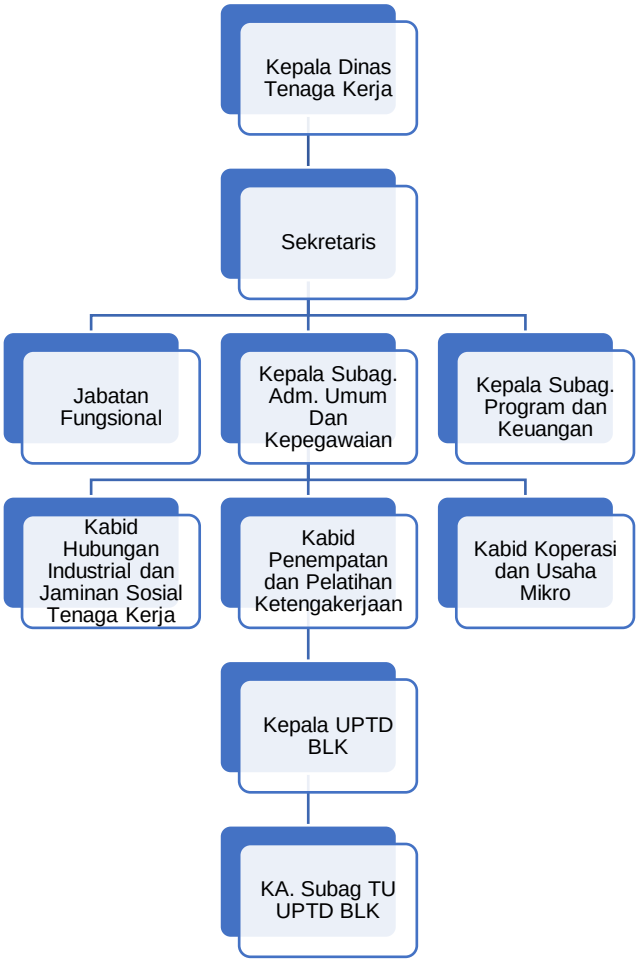
Seluruh inovasi dan program Disnaker Parepare berjalan sejalan dengan kebijakan nasional, khususnya dalam menghadapi tantangan revolusi industri 4.0, transformasi digital, dan bonus demografi. Disnaker menargetkan pelayanan berbasis digital yang inklusif, adaptif, dan inovatif guna mendukung visi Indonesia Emas 2045.

Secara keseluruhan, perkembangan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare ditandai oleh digitalisasi layanan, peningkatan kualitas SDM

melalui pelatihan dan kolaborasi, serta adaptasi terhadap kebutuhan pasar kerja modern dan tantangan global.

C. Struktur Perusahaan atau Instansi/Daerah

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Sumber: Fasilitator Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, 2025

1. Kepala Dinas

Tugas Pokok:

Memimpin dan mengoordinasikan seluruh kegiatan Dinas Tenaga Kerja agar berjalan efektif, efisien, dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Fungsi:

a. Menyusun kebijakan teknis di bidang ketenagakerjaan.
b. Mengarahkan dan mengawasi pelaksanaan tugas bawahan.
c. Menjalin koordinasi dengan instansi terkait dan pihak swasta.
d. Memberikan laporan dan pertanggungjawaban kepada Wali Kota

2. Sekretariat

Tugas Pokok:

Menyelenggarakan administrasi umum, keuangan, perlengkapan, dan kepegawaian di lingkungan Dinas.

Fungsi:

a. Menyusun program kerja dan anggaran dinas.
b. Mengelola arsip dan dokumentasi.
c. Mengatur administrasi kepegawaian dan keuangan.
d. Melakukan pengawasan terhadap penggunaan sarana dan prasarana.

3. Bidang Penempatan dan Perluasan Kesempatan Kerja

Tugas Pokok:

Melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan penempatan tenaga kerja dan pengembangan kesempatan kerja.

Fungsi:

a. Meningkatkan informasi pasar kerja.
b. Mengembangkan program padat karya dan wirausaha baru.
c. Menyelenggarakan pelatihan keterampilan kerja.

d. Fasilitasi penempatan tenaga kerja lokal dan luar negeri.

4. Bidang Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja

Tugas Pokok:

Melaksanakan pengawasan hubungan industrial dan perlindungan tenaga kerja.

Fungsi:

a. Menangani perselisihan hubungan industrial.
b. Melaksanakan pengawasan pelaksanaan norma kerja.
c. Memfasilitasi jaminan sosial ketenagakerjaan.
d. Menyusun dan memfasilitasi perjanjian kerja bersama.

5. Bidang Pelatihan dan Produktivitas Tenaga Kerja

Tugas Pokok:

Melaksanakan kegiatan pelatihan dan peningkatan produktivitas tenaga kerja.

Fungsi:

a. Menyusun program pelatihan kerja berbasis kompetensi.
b. Menyelenggarakan uji kompetensi kerja.
c. Menyediakan tenaga kerja terampil sesuai permintaan industri.
d. Menumbuhkan budaya produktif di kalangan tenaga kerja.

6. UPT (Unit Pelaksana Teknis)

Tugas Pokok:

Melaksanakan kegiatan teknis operasional tertentu dalam bidang ketenagakerjaan sesuai dengan wilayah kerja yang telah ditentukan.

Fungsi:

a. Menyelenggarakan layanan pelatihan kerja.
b. Menyediakan fasilitas praktik kerja.
c. Memberikan layanan informasi ketenagakerjaan.
d. Menjalin kerja sama dengan dunia usaha dan industri lokal.

BAB V
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di bawah binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare. Kuesioner disebarkan secara langsung dan melalui media *online* (*Google Form*). Dari total 60 kuesioner yang disebarkan, seluruhnya berhasil dikembalikan dan dapat diolah untuk keperluan analisis data. Tingkat partisipasi responden ditunjukkan dalam Tabel 5.1 berikut:

Tabel 5. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner

Criteria	*Amount*	*Percentage*
Kuesioner terbagi	**60**	**100 %**
Kuesioner tidak dikembalikan	**-**	**0 %**
Kuesioner yang hilang	**-**	**0 %**
Kuesioner memenuhi syarat	**60**	**100%**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.1, dapat disimpulkan bahwa tingkat partisipasi responden dalam penelitian ini mencapai 100%, yang menunjukkan bahwa para pelaku UMKM di bawah binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare memberikan respons yang sangat baik terhadap pelaksanaan penelitian ini. Seluruh data yang terkumpul dapat diolah lebih lanjut untuk proses pengujian dan analisis statistik guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan.

Tabel 5. 2 Jumlah Pernyataan Berdasarkan Variabel

No	Variabel	Jumlah
1.	Metode Pembayaran *E-Commerce*	4
2.	Literasi *Accounting*	6
3.	Pertumbuhan Umkm	2
	Total Pernyataan	**12**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.2, dapat diketahui bahwa jumlah total pernyataan dalam kuesioner sebanyak 12 item. Variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* terdiri dari 4 pernyataan, variabel Literasi *Accounting* memiliki 6 pernyataan, sedangkan variabel Pertumbuhan UMKM terdiri dari 2 pernyataan. Pernyataan-pernyataan tersebut disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur menggunakan skala *Likert*. Setiap pernyataan dirancang untuk mengukur persepsi responden secara kuantitatif terhadap pengaruh antarvariabel dalam penelitian ini.

1. Karakteristik Responden

Tabel 5. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-laki	13	21,7%
2.	Perempuan	47	78,3%
	Jumlah	**60**	**100%**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 47 orang (78,3%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 13 orang (21,7%). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menjadi responden penelitian lebih banyak didominasi oleh perempuan. Dominasi responden perempuan ini juga sejalan

dengan karakteristik umum pelaku UMKM di sektor-sektor seperti kuliner, *fashion*, dan kerajinan tangan yang sering kali dikelola oleh perempuan, terutama di lingkungan UMKM binaan pemerintah daerah.

Tabel 5. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 20 Tahun	17	28,3%
2.	21 - 30 Tahun	40	66,7%
3.	31 - 40 Tahun	2	3,3%
4.	> 40 Tahun	1	1,7%
	Jumlah	**60**	**100%**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.4, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21–30 tahun, yaitu sebanyak 40 orang (66,7%). Selanjutnya, responden dengan usia di bawah 20 tahun berjumlah 17 orang (28,3%), kemudian usia 31–40 tahun sebanyak 2 orang (3,3%), dan responden dengan usia di atas 40 tahun hanya 1 orang (1,7%). Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi responden berada pada usia muda dan produktif. Hal ini berpotensi besar dalam hal adopsi teknologi digital serta pemahaman terhadap konsep akuntansi, karena usia tersebut umumnya lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan informasi.

Tabel 5. 5 karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Diploma (D1/D2/D3)	3	5%
2.	Sarjana (S1)	21	35%
3.	SMA/SMK	35	58,3%
4.	SMP	1	1,7%
	Jumlah	**60**	**100%**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.5, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK, yaitu sebanyak 35 orang (58,3%). Disusul oleh responden dengan pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 21 orang (35%), Diploma (D1/D2/D3) sebanyak 3 orang (5%), dan SMP sebanyak 1 orang (1,7%).

Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM yang menjadi responden berada pada tingkat pendidikan menengah atas. Hal ini memberikan gambaran bahwa pelaku UMKM telah memiliki bekal pendidikan formal yang cukup, yang diharapkan dapat mendukung pemahaman terhadap penggunaan metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* dalam pengelolaan usahanya.

Tabel 5. 6 Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha

No	Lama Usaha Berdiri	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 1 Tahun	34	56,7%
2.	1 – 3 Tahun	19	31,7%
3.	4 – 6 Tahun	5	8,3%
4.	> 6 Tahun	2	3,3%
	Jumlah	**60**	**100%**

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.6, diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kategori usaha yang baru berdiri kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 34 orang (57%). Selanjutnya, usaha yang telah berjalan 1–3 tahun sebanyak 19 orang (32%), 4–6 tahun sebanyak 5 orang (8%), dan yang telah berdiri lebih dari 6 tahun sebanyak 2 orang (3%).

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM yang menjadi responden adalah pelaku usaha yang masih baru atau dalam tahap pengembangan awal. Hal ini menjadi penting dalam konteks penelitian karena UMKM yang baru berdiri umumnya lebih terbuka terhadap penerapan metode pembayaran *e-commerce* dan peningkatan literasi *accounting* sebagai bagian dari strategi pertumbuhan usaha.

Tabel 5. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Usaha

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Alat Perlengkapan Sekolah	1	1,7%
2.	Apotik	1	1,7%
3.	*Fashion*	11	18,3%
4.	Jasa	7	11,7%
5.	Kerajinan Tangan	10	16,7%
6.	Kuliner	19	31,7%
7.	Pedagang Eceran	2	3,3%
8.	Teknologi	9	15%
	Jumlah	60	100%

Sumber: Data Olahan Primer, 2025

Berdasarkan Tabel 5.7, diketahui bahwa jenis usaha terbanyak yang dijalankan oleh responden adalah di bidang kuliner, yaitu sebanyak 19 orang (31,7%). Kemudian diikuti oleh usaha di bidang *fashion* sebanyak 11 orang (18,3%), kerajinan tangan

sebanyak 10 orang (16,7%), dan teknologi sebanyak 9 orang (15%). Sementara itu, usaha di bidang jasa berjumlah 7 orang (11,7%), pedagang eceran sebanyak 2 orang (3,3%), dan masing-masing 1 orang (1,7%) bergerak di bidang apotik serta alat perlengkapan sekolah.

Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari sektor usaha yang relatif fleksibel dan adaptif terhadap teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan transaksi berbasis *e-commerce*. Hal ini memberikan gambaran yang baik untuk mengukur pengaruh penggunaan metode pembayaran digital dan pemahaman literasi *accounting* terhadap pertumbuhan usaha mereka.

2. Hasil Uji SPSS

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan program SPSS, dan hasilnya disajikan pada Tabel 5.8 berikut:

Tabel 5. 8 Uji Validitas Metode Pembayaran *E-Commerce* (X1)

Correlations						
		P01	P02	P03	P04	P05
P01	*Pearson Correlation*	1	,299*	,468**	,679**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,019	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
P02	*Pearson Correlation*	,299*	1	,322*	,495**	,699**
	Sig. (2-tailed)	,019		,011	,000	,000
	N	60	60	60	60	60
P03	*Pearson Correlation*	,468**	,322*	1	,520**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,011		,000	,000
	N	60	60	60	60	60
P04	*Pearson Correlation*	,679**	,495**	,520**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60
P05	*Pearson Correlation*	,785**	,699**	,753**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60

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

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

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Dari hasil uji validitas di atas, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan untuk variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* (X1) menunjukkan nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) < 0,05 dan korelasi positif dengan item lainnya (Ghozali, 2021). Artinya, semua butir pernyataan (P01 sampai P05) memiliki korelasi yang signifikan terhadap total skor dan antar item, baik pada level signifikansi 0,05 maupun 0,01.

Nilai koefisien korelasi tertinggi terdapat pada hubungan antara P04 dan P05 (r = 0,854), sedangkan yang paling rendah namun tetap signifikan adalah antara P01 dan P02 (r = 0,299). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* adalah valid dan layak digunakan dalam analisis selanjutnya (Sugiyono, 2021).

Tabel 5. 9 **Uji Validitas Literasi *Accounting* (X2)**

Correlations

		P01	P02	P03	P04	P05	P06	TOTAL
P01	*Pearson Correlation*	1	,476**	,405**	,238	,379**	-,132	,658**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,065	,003	,309	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
P02	*Pearson Correlation*	,476**	1	,455**	,204	,329**	-,325*	,568**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,114	,010	,011	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
P03	*Pearson Correlation*	,405**	,455**	1	,318*	,539**	-,153	,760**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,012	,000	,238	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
P04	*Pearson Correlation*	,238	,204	,318*	1	,404**	-,039	,657**
	Sig. (2-tailed)	,065	,114	,012		,001	,763	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
P05	*Pearson Correlation*	,379**	,329**	,539**	,404**	1	-,163	,708**
	Sig. (2-tailed)	,003	,010	,000	,001		,208	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
P06	*Pearson Correlation*	-,132	-,325*	-,153	-,039	-,163	1	,080
	Sig. (2-tailed)	,309	,011	,238	,763	,208		,540
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total	*Pearson Correlation*	,658**	,568**	,760**	,657**	,708**	,080	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,540	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Uji validitas terhadap variabel Literasi *Accounting* (X2) dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Variabel ini terdiri dari enam pernyataan (P01 hingga P06) yang diuji menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, dengan total skor sebagai acuan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa lima dari enam pernyataan memiliki nilai korelasi yang signifikan terhadap total skor variabel, yakni P01 (r = 0,658, sig. = 0,000), P02 (r = 0,568, sig. = 0,000), P03 (r = 0,760, sig. = 0,000), P04 (r = 0,657, sig. = 0,000), dan P05 (r = 0,708, sig. = 0,000). Nilai signifikansi pada kelima pernyataan tersebut lebih kecil dari 0,05, yang berarti valid secara statistik dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut (Ghozali, 2021; Sugiyono, 2021).

Tabel 5. 10 Uji Validitas Pertumbuhan UMKM (Y)

Correlations

		P01	P02	TOTAL
P01	*Pearson Correlation*	1	,389**	,800**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000
	N	60	60	60
P02	*Pearson Correlation*	,389**	1	,864**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000
	N	60	60	60
TOTAL	*Pearson Correlation*	,800**	,864**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	60	60	60

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

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan hasil uji *korelasi Pearson Product Moment*, kedua item menunjukkan nilai korelasi yang tinggi dan signifikan terhadap total skor variabel. Pernyataan P01 memiliki nilai korelasi sebesar r = 0,800 dengan signifikansi 0,000, sedangkan pernyataan P02 memiliki nilai korelasi sebesar r = 0,864 dengan signifikansi 0,000 (Ghozali, 2021).

Karena nilai signifikansi kedua item lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien korelasinya menunjukkan hubungan yang kuat, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel Pertumbuhan UMKM (Y) adalah valid. Artinya, kedua pernyataan tersebut dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria validitas yang baik secara statistik.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 5. 11 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	*N of Items*
,869	14

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.11, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,869 untuk 14 item pernyataan yang mencakup seluruh variabel dalam penelitian, yaitu Metode Pembayaran *E-Commerce* (X1), Literasi *Accounting* (X2), dan Pertumbuhan UMKM (Y). Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Menurut (Ghozali, 2021), suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih

besar dari 0,70. Oleh karena itu, dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,869, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan layak digunakan untuk pengujian serta analisis data selanjutnya.

c. Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. 12 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	*Mean*	,0000000
	Std. Deviation	1,20517686
Most Extreme Differences	*Absolute*	,101
	Positive	,055
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

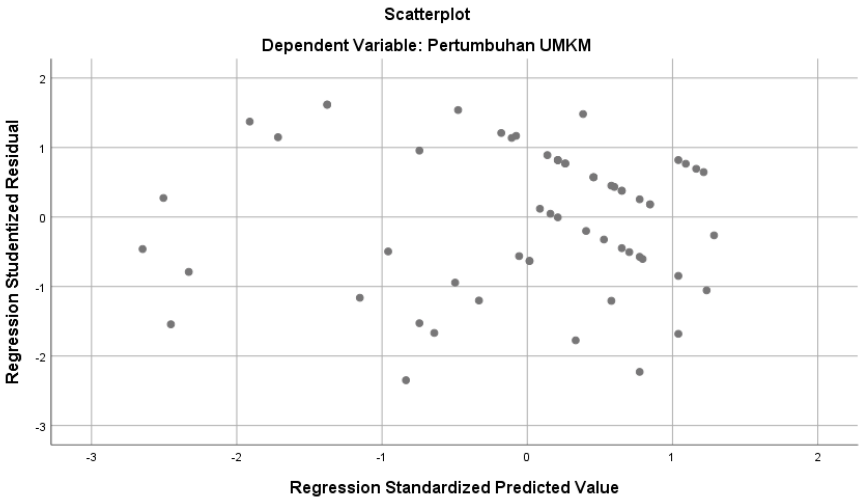
Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.12, hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, yang berarti data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Uji dilakukan terhadap residual tak tersandar (*unstandardized residual*) dari model regresi yang dihasilkan.

Menurut (Ghozali, 2021), data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig.*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hasil uji ini mengindikasikan

bahwa model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu normalitas data, yang selanjutnya memperkuat kelayakan data untuk dianalisis dalam regresi linear berganda.

Gambar 5. 1 Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Gambar 5.1, yang merupakan hasil uji heteroskedastisitas melalui metode *scatter plot*, terlihat bahwa titik-titik (residual) menyebar secara acak di sekitar garis horizontal (sumbu nol) dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sebaran titik-titik tersebut baik di atas maupun di bawah garis nol menunjukkan distribusi yang tidak teratur. Pola ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Hal ini sesuai dengan pendapat (Ghozali, 2021), yang menyatakan bahwa jika titik-titik pada scatter plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu (misalnya membentuk pola menyerupai

kipas atau garis lurus), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik bebas dari heteroskedastisitas, sehingga hasil estimasi dapat dikatakan valid dan tidak bias.

Tabel 5. 13 Uji Multikoloniaritas

Coefficients[a]						
Model		***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	***Collinearity Statistics***	
		B	***Std. Error***	***Beta***	***Tolerance***	***VIF***
1	*(Constant)*	,608	1,122			
	Metode Pembayaran *E-Commerce*	,237	,063	,472	,549	1,822
	Literasi *Accounting*	,150	,062	,302	,549	1,822
a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM						

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.13, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* masing-masing adalah 0,549, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk keduanya adalah sebesar 1,822. Nilai *Tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini.

Menurut (Ghozali, 2021), indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* yang lebih kecil dari 0,10 atau nilai VIF yang lebih besar dari 10. Karena kedua variabel bebas dalam

penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF jauh di bawah angka 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas, sehingga hubungan antar variabel bebas tidak saling mempengaruhi secara linear yang berlebihan (Sugiyono, 2021).

d. Analisis Deskriptif

Tabel 5. 14 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	***Minimum***	***Maximum***	***Mean***	***Std. Deviation***
Metode Pembayaran *E-Commerce*	60	7	20	14,90	3,408
Literasi *Accounting*	60	13	29	24,03	3,459
Pertumbuhan UMKM	60	3	10	7,75	1,714
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.14, analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum data pada masing-masing variabel dalam penelitian, yaitu Metode Pembayaran *E-Commerce*, Literasi *Accounting*, dan Pertumbuhan UMKM, yang dianalisis berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

Variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* memiliki nilai minimum sebesar 7, nilai maksimum 20, nilai rata-rata (*mean*) 14,90, dan standar deviasi sebesar 3,408. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian yang cukup tinggi terhadap indikator penggunaan metode pembayaran *e-commerce*, meskipun terdapat sedikit variasi antar responden. Pada variabel

Literasi *Accounting*, diperoleh nilai minimum 13, maksimum 29, dengan rata-rata 24,03, dan standar deviasi 3,459. Nilai rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa responden umumnya memiliki tingkat pemahaman yang baik terhadap aspek dasar literasi *accounting*, dengan tingkat variasi data yang relatif moderat. Sementara itu, variabel Pertumbuhan UMKM memiliki nilai minimum 3, maksimum 10, rata-rata 7,75, dan standar deviasi 1,714. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden menilai bahwa usaha mereka mengalami pertumbuhan yang cukup baik. Variasi data yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap pertumbuhan UMKM relatif seragam (Ghozali, 2021; Sugiyono, 2021).

Dengan demikian, hasil statistik deskriptif ini memberikan gambaran awal bahwa ketiga variabel berada pada tingkat kecenderungan yang positif, dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis inferensial.

e. Regresi Linear Berganda

Tabel 5. 15 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		*Standardized Coefficients*		
Model		*B*	*Std. Error*	*Beta*	*t*	*Sig.*
1	*(Constant)*	,608	1,122		,551	,584
	Metode Pembayaran *E-Commerce*	,237	,063	,472	3,751	,000
	Literasi *Accounting*	,150	,062	,302	2,404	,019
a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM						

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.15, hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Metode Pembayaran *E-Commerce* (X_1) dan Literasi *Accounting* (X_2), berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Pertumbuhan UMKM (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dari *output* SPSS, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y=a+b1X1+b2X2

Setelah memasukkan nilai koefisien regresi, maka diperoleh persamaan:

Y=0,608+0,237X1+0,150X2

Keterangan:

Y = Pertumbuhan UMKM

a = Konstanta (*intersep*) = 0,608

b_1 = Koefisien regresi untuk Metode Pembayaran *E-Commerce* 0,237

b_2 = Koefisien regresi untuk Literasi *Accounting* = 0,150

X_1 = Metode Pembayaran *E-Commerce*

X_2 = Literasi *Accounting*

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah: Jika variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* dianggap konstan (tidak berubah), maka nilai dasar Pertumbuhan

UMKM adalah 0,608. Setiap peningkatan 1 satuan pada skor Metode Pembayaran *E-Commerce* (X_1) akan meningkatkan Pertumbuhan UMKM (Y) sebesar 0,237, dengan asumsi variabel lain tetap. Setiap peningkatan 1 satuan pada skor Literasi *Accounting* (X_2) akan meningkatkan Pertumbuhan UMKM (Y) sebesar 0,150, dengan asumsi variabel lain tetap (Ghozali, 2021; Sugiyono, 2021).

f. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. 16 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]			
Model	***R***	***R Square***	***Adjusted R Square***
1	,711[a]	,505	,488
a. Predictors: (Constant), Literasi *Accounting*, Metode Pembayaran *E-Commerce*			
b. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM			

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.16, nilai *R Square* (R^2) yang diperoleh dari model regresi adalah sebesar 0,505 atau 50,5%, dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,488 atau 48,8%. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa 50,5% variasi yang terjadi pada variabel Pertumbuhan UMKM (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* (X_1) dan Literasi *Accounting* (X_2). Sedangkan sisanya sebesar 49,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, seperti manajemen usaha, akses permodalan, inovasi produk, kondisi pasar, dan lain sebagainya.

Selain itu, nilai R hitung (R = 0,711) menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan dependen. Untuk mengetahui apakah hubungan ini signifikan, perlu dibandingkan dengan R tabel. Dengan jumlah sampel n = 60 dan jumlah variabel independen k = 2, maka derajat kebebasan (df) = n – k – 1 = 60 – 2 – 1 = 57. Berdasarkan tabel distribusi r *Pearson* dengan df = 57 dan taraf signifikansi α = 0,05, maka R tabel ≈ 0,256.

Karena R hitung (0,711) > R tabel (0,256), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* terhadap Pertumbuhan UMKM bersifat kuat dan signifikan. Ini memperkuat validitas model regresi yang digunakan dalam penelitian. Dengan demikian, kedua variabel independen memberikan kontribusi nyata dalam menjelaskan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Kota Parepare.

Menurut (Ghozali, 2021), semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik kemampuan model regresi dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Namun, untuk penelitian sosial dan ekonomi, nilai R^2 di atas 0,50 sudah dianggap cukup baik karena fenomena sosial biasanya dipengaruhi oleh banyak faktor yang kompleks.

g. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5. 17 Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	*Std. Error*	*Beta*		
1	*(Constant)*	,608	1,122		,551	,584
	Metode Pembayaran *E-Commerce*	,237	,063	,472	3,751	,000
	Literasi *Accounting*	,150	,062	,302	2,404	,019
a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM						

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.17, hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting*, berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Pertumbuhan UMKM. Variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* memiliki nilai t sebesar 3,751 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM (Ghozali, 2021). Artinya, semakin tinggi penggunaan metode pembayaran digital yang diterapkan oleh pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula potensi pertumbuhan usaha mereka.

Selanjutnya, variabel Literasi *Accounting* memperoleh nilai t sebesar 2,404 dengan tingkat signifikansi 0,019, yang juga berada di bawah ambang batas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Literasi *Accounting* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Pertumbuhan UMKM (Ghozali, 2021). Dengan kata lain, semakin baik pemahaman pelaku UMKM terhadap prinsip-prinsip dasar akuntansi, maka semakin tinggi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan usaha.

Untuk memperkuat kesimpulan tersebut, perlu dilakukan perbandingan dengan t tabel. Dengan jumlah sampel (n) = 60 dan jumlah variabel independen (k) = 2, maka derajat kebebasan (df) = n – k – 1 = 60 – 2 – 1 = 57. Pada taraf signifikansi 5% (α = 0,05), nilai t tabel untuk df = 57 adalah sekitar 1,672**.**

Karena:

t hitung E-Commerce (3,751) > t tabel (1,672)

t hitung Literasi Accounting (2,404) > t tabel (1,672)

Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen secara parsial signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare. Artinya, semakin tinggi penggunaan metode pembayaran *e-commerce* dan semakin baik pemahaman literasi *accounting* yang dimiliki pelaku UMKM, maka akan semakin besar kontribusinya terhadap pertumbuhan usaha mereka. Temuan ini sejalan dengan teori Ghozali (2021) yang menyatakan bahwa variabel independen dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05.

Temuan ini sejalan dengan pendapat (Ghozali, 2021), yang menyatakan bahwa variabel independen dikatakan berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen secara parsial apabila nilai signifikansi (*Sig*.) lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, baik Metode Pembayaran *E-Commerce* maupun Literasi *Accounting* terbukti memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Kota Parepare.

h. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5. 18 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]						
Model		***Sum of Squares***	***df***	***Mean Square***	***F***	***Sig.***
1	*Regression*	87,555	2	43,778	29,119	,000[b]
	Residual	85,695	57	1,503		
	Total	173,250	59			
a. Dependent Variable: Pertumbuhan UMKM						
b. Predictors: (Constant), Literasi *Accounting*, Metode Pembayaran *E-Commerce*						

Sumber: Data Olahan Primer Spss Ver.30, 2025

Berdasarkan Tabel 5.18, hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 29,119 dengan nilai signifikansi (*Sig*.) = 0,000. Karena nilai signifikansi jauh di bawah 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM.

Menurut (Ghozali, 2021), jika nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dinyatakan layak untuk digunakan dalam memprediksi variabel dependen. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* secara bersama-sama memiliki pengaruh yang nyata terhadap pertumbuhan UMKM di Kota Parepare.

B. Pembahasan

1. H1 : Metode Pembayaran *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM pada Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Adopsi metode pembayaran berbasis e-commerce telah terbukti memberikan dampak positif signifikan terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan metode pembayaran digital, seperti *QRIS, e-wallet*, dan *platform e-commerce* lainnya, tidak hanya memudahkan transaksi tetapi juga meningkatkan akses pasar, efisiensi operasional, dan pada akhirnya, pertumbuhan usaha.

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian ini, terdapat koefisien positif signifikan untuk variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* (b = 0,237; t = 3,751; p = 0,000). Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam penggunaan metode pembayaran digital berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian oleh (Bukama et al., 2020) di Kelurahan Penanggungan, Malang, menemukan hasil serupa, di mana adopsi *e-commerce* secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM dalam hal akses pasar dan kecepatan distribusi produk. Hal ini menunjukkan bahwa *e-commerce* memberikan solusi yang efektif untuk tantangan yang dihadapi oleh UMKM, termasuk dalam hal aksesibilitas dan kecepatan layanan.

Lebih lanjut, (F. Nuraeni et al., 2024) juga mencatat bahwa kombinasi layanan *e-commerce* dan *e-payment* di Kabupaten Karawang mampu meningkatkan performa rantai pasok UMKM secara positif. Dengan mengurangi biaya transaksi dan meningkatkan efisiensi, digitalisasi pembayaran menjadi salah satu pondasi utama dalam meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan usaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan metode pembayaran digital lebih mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Teori Penerimaan Teknologi (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) memiliki relevansi yang kuat dalam konteks adopsi metode pembayaran e-commerce oleh UMKM. TAM menjelaskan bahwa dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness (*manfaat yang dirasakan) dan *ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan), mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi baru. Dalam konteks UMKM di Parepare, persepsi positif terhadap kemudahan dan manfaat dari metode pembayaran digital menjadi pendorong utama bagi mereka untuk beralih dari metode tradisional ke digital.

Integrasi antara *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) dalam penelitian ini menciptakan dasar yang kuat untuk memahami pengaruh metode pembayaran e-commerce

terhadap pertumbuhan UMKM. Ketika pelaku UMKM merasakan manfaat nyata dari penggunaan e-commerce dan menganggapnya mudah digunakan, mereka akan lebih termotivasi untuk mengadopsi teknologi tersebut secara lebih luas.

Hasil regresi penelitian yang menunjukkan koefisien positif signifikan untuk metode pembayaran *e-commerce* menguatkan hubungan ini. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, semakin besar pula dampak positifnya terhadap kinerja dan pertumbuhan UMKM.

Dari perspektif teori TAM, penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting bagi pemangku kebijakan dan pelaku industri. Untuk mendorong adopsi metode pembayaran digital, perlu ada upaya untuk meningkatkan kesadaran mengenai manfaat yang dapat diperoleh dan menyederhanakan proses penggunaan teknologi ini. Pelatihan dan sosialisasi mengenai cara menggunakan e-commerce dan e-payment dapat membantu mengatasi hambatan yang mungkin dihadapi oleh pelaku UMKM.

Secara keseluruhan, penerapan teori Penerimaan Teknologi (TAM) dalam penelitian ini memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana metode pembayaran e-commerce berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM di Parepare. Dengan memahami bahwa perceived usefulness (manfaat yang dirasakan) dan perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang

dirasakan) adalah dua faktor kunci yang mendorong adopsi teknologi, kita dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mendukung perkembangan UMKM di era digital ini.

Studi oleh (Hamizar et al., 2023) menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kemudahan bertransaksi secara cashless menjadi motivator utama dalam adopsi layanan digital. Di Parepare, penggunaan *QRIS* sebagai alat pembayaran non-tunai telah meningkat secara signifikan, dengan 92% merchant UMKM mengadopsi metode ini pada akhir 2023. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya melihat *QRIS* sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing mereka.

Salah satu keuntungan utama dari adopsi metode pembayaran e-commerce adalah peningkatan akses pasar. Dengan platform digital, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk segmen pasar yang sebelumnya sulit diakses. Penelitian oleh (Titasari, 2024) di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa implementasi e-commerce dan digital payment secara simultan meningkatkan pendapatan UMKM secara signifikan. Ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa metode pembayaran digital tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga memperkuat aspek pemasaran dan perluasan pasar.

Di Parepare, pelaku UMKM yang mengadopsi metode pembayaran digital melaporkan peningkatan jumlah pelanggan, omset, dan penetrasi produk ke segmen pasar baru (Fatimah et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi pembayaran tidak hanya berkaitan dengan efisiensi operasional, tetapi juga dengan strategi pemasaran yang lebih baik. Dengan meningkatkan visibilitas dan kepercayaan konsumen, UMKM dapat memperluas basis pelanggan mereka.

Digitalisasi metode pembayaran juga berdampak positif pada optimalisasi biaya dan manajemen inventori. Menurut (Prahendratno et al., 2023), digitalisasi *e-payment* dan *e-commerce* menghasilkan efisiensi logistik yang signifikan, termasuk penghematan biaya operasional dan peningkatan margin laba. Di Parepare, pelaku UMKM yang mengadopsi metode pembayaran ini cenderung lebih mampu mengelola stok, memperlancar *cash flow*, dan mengurangi risiko piutang serta kesalahan pencatatan. Ini menunjukkan bahwa metode pembayaran digital tidak hanya memudahkan transaksi, tetapi juga memberikan keuntungan kompetitif dalam hal pengelolaan sumber daya.

Secara teori dan praktik, aplikasi metode pembayaran e-commerce yang efisien turut memicu inklusi keuangan dan memperkuat performa usaha. Data dari Golongan *Fintech & E-commerce* di Indonesia tahun 2023 menunjukkan bahwa

penggunaan *fintech* dan *e-commerce* memiliki dampak positif signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Penerapan model serupa di Parepare, seperti penggunaan *QRIS, e-wallet*, dan kanal *online* lainnya, menunjukkan tren positif dalam peningkatan arus kas digital dan kedisiplinan pencatatan keuangan informal.

Adopsi metode pembayaran berbasis digital telah terbukti menjadi faktor fundamental dalam mendukung perencanaan usaha berbasis data dan akuntansi sederhana. Dengan adanya sistem pencatatan yang lebih baik, UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data yang akurat. Hal ini berkontribusi pada pertumbuhan usaha yang lebih stabil dan terukur, sebagaimana tercermin dari skor pertumbuhan rata-rata responden (mean = 7,75).

Berdasarkan analisis di atas, hipotesis ini menunjukkan bahwa metode pembayaran *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Teori Penerimaan Teknologi (TAM) memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan mempengaruhi adopsi teknologi oleh UMKM. Dengan mengadopsi metode pembayaran digital, UMKM tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penting bagi pemangku kebijakan dan pelaku industri untuk terus mendukung dan

memfasilitasi adopsi teknologi ini agar pertumbuhan UMKM di Parepare dapat berlanjut dan berkembang lebih pesat.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 60 pelaku UMKM binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, ditemukan bahwa penggunaan metode pembayaran *e-commerce* berkontribusi nyata terhadap pertumbuhan usaha, dengan tingkat pengaruh yang bervariasi berdasarkan karakteristik masing-masing responden. Secara umum, responden dikelompokkan ke dalam tiga kategori berdasarkan tingkat pertumbuhan usahanya, yaitu tinggi, sedang, dan rendah.

Sebanyak 22 UMKM (36,7%) tergolong dalam kategori pertumbuhan usaha tinggi. Kelompok ini didominasi oleh pelaku usaha berusia 21–30 tahun, yang umumnya lebih terbuka terhadap inovasi digital dan telah mengintegrasikan metode pembayaran e-commerce secara aktif, seperti penggunaan *QRIS, e-wallet*, dan pembayaran berbasis *marketplace*. Mayoritas dari mereka bergerak di bidang kuliner (9 orang), fashion (6 orang), dan teknologi (4 orang). Mereka rata-rata telah menjalankan usaha selama 1–3 tahun, dan tergolong adaptif terhadap teknologi, termasuk pemasaran melalui media sosial dan pencatatan transaksi digital. Dari segi pendidikan, sebagian besar lulusan SMA/SMK dan Sarjana (S1) yang telah mengikuti pelatihan digital atau akuntansi dasar dari Dinas Tenaga Kerja. Kelompok ini mampu meningkatkan jumlah

transaksi, mempercepat arus kas, dan memperluas jangkauan pasar, sehingga usahanya menunjukkan pertumbuhan signifikan dari waktu ke waktu.

Sementara itu, 26 UMKM (43,3%) masuk dalam kategori pertumbuhan sedang. Kelompok ini terdiri atas pelaku usaha dari rentang usia 31–40 tahun, dengan tingkat adopsi digital yang sedang atau terbatas. Jenis usaha mereka cukup beragam, mencakup kerajinan tangan (7 orang), jasa (6 orang), dan pedagang eceran (2 orang). Lama usaha dalam kelompok ini bervariasi, namun sebagian besar berada pada kategori >3 tahun, dengan sistem operasional yang cenderung konvensional. Mereka telah menggunakan metode pembayaran digital, tetapi masih bersifat parsial, misalnya hanya untuk pelanggan tertentu, atau belum sepenuhnya mengintegrasikan pencatatan ke dalam sistem digital. Tingkat pendidikan dominan pada kelompok ini adalah SMA/SMK, dan sebagian belum pernah mengikuti pelatihan terkait literasi digital. Meski pertumbuhan usahanya tidak secepat kelompok pertama, mereka menunjukkan potensi untuk berkembang lebih pesat jika diberikan pendampingan teknologi dan pelatihan lanjutan.

Adapun 12 UMKM (20%) tergolong dalam kategori pertumbuhan rendah atau stagnan. Pelaku usaha dalam kelompok ini sebagian besar berusia >40 tahun, dengan latar belakang pendidikan yang lebih rendah (SMP atau tidak tamat SMA), serta

menjalankan usaha dalam sektor apotek (1 orang), alat perlengkapan sekolah (1 orang), dan jasa tradisional (seperti laundry atau potong rambut, 3 orang). Sebagian besar dari mereka telah menjalankan usaha lebih dari 6 tahun, namun masih menggunakan metode pembayaran tunai secara eksklusif. Tingkat adopsi *e-commerce* sangat rendah, karena beberapa pelaku belum memiliki akun dompet digital, tidak memiliki *smartphone* yang memadai, atau tidak memahami cara kerja sistem pembayaran digital. Ketidaksiapan teknologi serta kurangnya pelatihan menjadi penghambat utama dalam peningkatan performa usaha mereka.

Distribusi ini memperlihatkan bahwa semakin muda usia pelaku usaha, semakin tinggi tingkat pendidikan, dan semakin pendek usia usaha (1–3 tahun)—justru semakin besar keterbukaan mereka terhadap penggunaan metode pembayaran digital, dan semakin nyata pula pertumbuhan yang diraih. Sebaliknya, pelaku usaha yang sudah lama menjalankan bisnis namun enggan beradaptasi dengan teknologi cenderung mengalami stagnasi.

Temuan ini mengonfirmasi bahwa metode pembayaran *e-commerce* bukan hanya alat bantu transaksi, tetapi telah menjadi bagian dari strategi manajemen usaha yang berdampak langsung terhadap pertumbuhan. Maka dari itu, hipotesis H1 dinyatakan diterima dan terbukti secara signifikan. Digitalisasi sistem pembayaran, terutama di kalangan UMKM muda dan adaptif,

terbukti mempercepat perputaran usaha dan memperluas jangkauan pasar, sehingga memperkuat posisi UMKM sebagai penggerak ekonomi lokal yang responsif terhadap perkembangan teknologi.

2. H2 : Literasi *Accounting* berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM pada Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi akuntansi dasar memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan UMKM di Parepare. Hasil analisis regresi mengindikasikan bahwa literasi *accounting* memiliki pengaruh positif signifikan (B = 0,150; t = 2,404; p = 0,019). Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh (Warisi et al., 2024), yang mengungkapkan bahwa setelah mengikuti pelatihan literasi akuntansi, pelaku UMKM mampu menyusun laporan keuangan dan melakukan pencatatan transaksi secara sistematis. Peningkatan kesadaran dalam pengelolaan keuangan ini mengarah pada evaluasi kinerja yang lebih baik.

Literasi *accounting* menjadi modal penting bagi pelaku UMKM. Dengan pemahaman yang baik tentang akuntansi, mereka dapat meminimalkan kesalahan dalam pencatatan dan memonitor arus kas dengan lebih efektif. Hal ini didukung oleh studi (Handayani et al., 2024), yang menunjukkan bahwa literasi *accounting* berkorelasi positif dengan akurasi pencatatan keuangan. Dengan arus kas yang terkelola dengan baik, pelaku usaha di Parepare dapat lebih cepat mengenali tren keuntungan dan dampak biaya,

yang memungkinkan pengambilan keputusan yang tepat untuk strategi pertumbuhan usaha.

Dalam konteks TAM, literasi *accounting* dapat dilihat sebagai faktor yang meningkatkan *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) dalam penggunaan sistem akuntansi dan teknologi. Ketika pelaku UMKM memahami prinsip-prinsip akuntansi, mereka akan lebih percaya diri dalam menggunakan perangkat lunak akuntansi atau sistem pencatatan digital. Ini menciptakan persepsi bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan, yang pada gilirannya mendorong adopsi yang lebih luas.

Dalam konteks penelitian ini, Teori Penerimaan Teknologi (TAM) memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami bagaimana literasi akuntansi mempengaruhi pertumbuhan UMKM. TAM menekankan dua komponen utama: *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use*. Keduanya sangat relevan dalam menilai pengaruh literasi akuntansi terhadap kemampuan UMKM dalam mengelola keuangan dan, pada akhirnya, pertumbuhan usaha mereka.

Literasi *accounting* berkontribusi langsung pada *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) pelaku UMKM. Ketika pelaku usaha memahami prinsip-prinsip dasar akuntansi, mereka dapat menyusun laporan keuangan dan melakukan pencatatan transaksi

dengan lebih efektif. Penelitian oleh (Warisi et al., 2024) menunjukkan bahwa setelah pelatihan literasi akuntansi, pelaku UMKM di Parepare mengalami peningkatan dalam pengelolaan keuangan. Kemampuan untuk menyusun laporan keuangan yang akurat memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait investasi dan strategi bisnis.

Perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang dirasakan) juga memainkan peran penting dalam konteks literasi *accounting*. Ketika pelaku UMKM merasa bahwa penggunaan sistem akuntansi atau perangkat lunak keuangan tidak rumit, mereka akan lebih cenderung untuk mengadopsi dan menerapkannya. Pelatihan yang diikuti oleh pelaku UMKM di Parepare tidak hanya meningkatkan pemahaman mereka tentang akuntansi, tetapi juga memberikan kepercayaan diri dalam menggunakan alat dan teknologi keuangan.

Integrasi antara *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) dalam konteks literasi *accounting* menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan akuntansi tidak hanya mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi yang relevan. Hal ini menciptakan siklus positif di mana meningkatkan literasi akuntansi berkontribusi pada pertumbuhan UMKM.

Berdasarkan teori TAM, semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan, semakin besar pula kemungkinan pelaku UMKM untuk mengadopsi praktik akuntansi yang baik. Dengan demikian, literasi *accounting* dapat dilihat sebagai faktor kunci yang mendukung pertumbuhan usaha, di mana pelaku UMKM yang terampil dalam akuntansi lebih mampu mengelola sumber daya mereka dengan efektif.

Berdasarkan temuan ini, penting bagi pemangku kebijakan dan lembaga pelatihan untuk terus mendukung program literasi accounting bagi UMKM. Meningkatkan kesadaran tentang manfaat akuntansi dan menyederhanakan proses pelatihan akan membantu pelaku usaha merasa lebih nyaman dalam menggunakan alat dan teknologi keuangan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kinerja individu tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan sektor UMKM secara keseluruhan.

Dari perspektif ekonomi mikro, literasi *accounting* merupakan modal *intangible* yang memperkuat daya saing UMKM. Penelitian oleh (Mohammad Chaidir et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan, termasuk akuntansi praktis, berpengaruh signifikan terhadap akses modal dan kinerja usaha mikro. Pelaku UMKM yang memahami struktur biaya dan laporan laba-rugi memiliki kredibilitas lebih baik saat berinteraksi dengan lembaga keuangan. Di Parepare, UMKM dengan tingkat literasi *accounting* yang tinggi berhasil

mendapatkan modal usaha dari program pemerintah, yang mendukung argumen bahwa literasi accounting mendorong pertumbuhan usaha melalui akses dana.

Adopsi literasi *accounting* juga meningkatkan efisiensi dan inovasi operasional. Temuan dari (Apriliani et al., 2024) menekankan bahwa pelatihan akuntansi sederhana membantu pelaku usaha dalam perencanaan anggaran, pengelolaan persediaan, dan analisis margin laba. Dengan pemahaman yang baik tentang biaya variabel dan tetap, pelaku UMKM Parepare dapat memilih strategi produk atau jasa yang paling menguntungkan. Ini terlihat dari penurunan pemborosan dan peningkatan skala usaha, yang tercermin pada nilai rata-rata pertumbuhan usaha (*mean* = 7,75).

Studi oleh (D. N. Nuraeni et al., 2024) menegaskan bahwa keterampilan akuntansi mendasar berkontribusi signifikan terhadap perilaku keuangan yang baik dan stabilitas bisnis jangka panjang. Pelaku usaha Parepare dengan literasi *accounting* yang memadai terbukti lebih konsisten dalam mencatat hutang, piutang, dan investasi usaha. Dengan demikian, mereka kurang rentan terhadap praktik keuangan yang buruk yang dapat menghambat pertumbuhan usaha.

Secara keseluruhan, hasil regresi yang menunjukkan bahwa literasi *accounting* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan UMKM menegaskan pentingnya kompetensi akuntansi

dasar dalam konteks ini. Literasi *accounting* tidak hanya mendukung pengelolaan keuangan yang baik, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri pelaku usaha dalam menggunakan teknologi akuntansi. Dengan demikian, literasi *accounting* berfungsi sebagai pendorong utama yang sesuai dengan teori Penerimaan Teknologi (TAM), yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan adalah faktor kunci dalam adopsi teknologi yang mendukung pertumbuhan usaha.

Berdasarkan hasil analisis terhadap 60 pelaku UMKM binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, diketahui bahwa terdapat variasi pertumbuhan usaha yang signifikan berdasarkan tingkat literasi accounting yang dimiliki oleh masing-masing responden. Literasi akuntansi dalam konteks ini mencakup kemampuan dasar seperti pencatatan transaksi, pengelolaan arus kas, penyusunan laporan laba-rugi, serta pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha. Tingkat pemahaman terhadap aspek-aspek ini ternyata berkorelasi positif terhadap pertumbuhan usaha.

Sebanyak 32 pelaku UMKM (53,3%) tergolong dalam kategori pertumbuhan usaha tinggi, dan mereka memiliki tingkat literasi accounting yang tinggi. Karakteristik utama dari kelompok ini adalah usia produktif 21–35 tahun, dengan tingkat pendidikan minimal SMA/SMK dan sebagian besar berlatar belakang Sarjana (S1). Kelompok ini mayoritas menjalankan usaha di sektor kuliner (12

orang), fashion (7 orang), dan kerajinan tangan (6 orang), yang memerlukan pengelolaan stok, biaya produksi, dan laporan keuangan sederhana secara rutin. Sebagian dari mereka telah mengikuti pelatihan akuntansi dasar atau menggunakan aplikasi pencatatan keuangan digital seperti BukuWarung atau Cashier App. Usaha yang dijalankan umumnya sudah berjalan 1–3 tahun, sehingga memungkinkan mereka belajar dan menerapkan pengelolaan keuangan secara bertahap. Dalam kelompok ini, pencatatan laba, pengelolaan arus kas, hingga perencanaan modal dilakukan dengan lebih terstruktur, yang berdampak positif terhadap pertumbuhan usaha secara menyeluruh.

Sebanyak 23 UMKM (38,3%) masuk ke dalam kategori pertumbuhan usaha sedang. Kelompok ini berasal dari pelaku usaha dengan rentang usia 31–45 tahun, dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK yang belum sepenuhnya memahami akuntansi secara formal, tetapi mulai berupaya menerapkan pencatatan keuangan secara mandiri. Jenis usaha mereka bervariasi, seperti jasa (5 orang), pedagang eceran (4 orang), dan teknologi (5 orang). Mereka telah menyadari pentingnya pencatatan, namun penerapannya belum konsisten—misalnya masih menggunakan buku catatan manual tanpa format yang baku, atau belum membedakan antara pengeluaran usaha dan pribadi. Kelompok ini juga menunjukkan

keinginan belajar yang tinggi, tetapi terkendala pada waktu, akses pelatihan, atau ketersediaan perangkat pendukung.

Sementara itu, 5 UMKM (8,3%) tergolong dalam kategori pertumbuhan usaha rendah atau stagnan, dan memiliki tingkat literasi accounting yang sangat minim. Pelaku usaha dalam kelompok ini sebagian besar berusia di atas 45 tahun, dengan pendidikan terakhir SMP atau tidak tamat SMA. Mereka menjalankan usaha yang bersifat tradisional, seperti alat perlengkapan sekolah (1 orang), jasa informal (2 orang), dan kuliner rumahan kecil (2 orang). Ciri utama mereka adalah belum memiliki sistem pencatatan keuangan sama sekali, seluruh transaksi dicampur dengan pengeluaran pribadi, dan mereka tidak mampu menyusun laporan sederhana seperti laba rugi atau cash flow. Akibatnya, mereka kesulitan menganalisis performa usaha, tidak mengetahui titik impas, dan tidak memiliki dasar data untuk pengambilan keputusan usaha. Hal ini menyebabkan pertumbuhan usahanya stagnan dan sulit untuk berkembang.

Distribusi ini menguatkan bahwa literasi accounting memiliki pengaruh nyata terhadap arah dan kecepatan pertumbuhan UMKM. Mereka yang mampu mencatat, mengelola, dan mengevaluasi keuangan secara rutin cenderung memiliki kontrol usaha yang lebih baik, mampu mengidentifikasi peluang serta risiko dengan lebih jelas, dan memiliki landasan yang kuat dalam merencanakan strategi

bisnis. Sebaliknya, keterbatasan dalam literasi akuntansi menyebabkan kebocoran kas, pencampuran keuangan pribadi dan usaha, serta lemahnya evaluasi kinerja, yang menjadi penghambat utama dalam pertumbuhan UMKM.

3. H3 : Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* berpengaruh simultan terhadap Pertumbuhan UMKM pada Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare

Dalam penelitian ini, hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* memiliki pengaruh bersama yang signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM, dengan nilai F sebesar 29,119 (Sig. = 0,000). Temuan ini sejalan dengan berbagai studi yang menunjukkan bahwa sinergi antara literasi keuangan dan adopsi teknologi digital secara signifikan mendorong kinerja dan pertumbuhan UMKM.

Teori Penerimaan Teknologi (TAM) menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat teknologi (*perceived usefulness*) berpengaruh terhadap keputusan individu untuk mengadopsi teknologi. Dalam konteks ini, kombinasi antara metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* menciptakan ekosistem yang menguntungkan bagi UMKM. Penelitian oleh (Shanshabilla, 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan pembayaran digital secara simultan dapat meningkatkan pendapatan dan volume transaksi UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelaku UMKM merasa

kedua variabel ini bermanfaat, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi praktik yang mendukung pertumbuhan.

Perceived usefulness dalam konteks ini merujuk pada seberapa besar pelaku UMKM merasa bahwa kombinasi metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* dapat meningkatkan kinerja usaha mereka. Penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara kedua variabel ini menciptakan manfaat yang signifikan. Misalnya, metode pembayaran digital seperti *QRIS* memungkinkan transaksi yang lebih cepat dan efisien, sementara literasi accounting memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan. Hasil penelitian di Parepare menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengadopsi kedua variabel ini dapat meningkatkan pendapatan dan volume transaksi, sebagaimana dicontohkan oleh studi (Shanshabilla, 2023).

Perceived ease of use (kemudahan penggunaan yang dirasakan) berhubungan dengan seberapa mudah pelaku UMKM dapat menerapkan dan menggunakan metode pembayaran digital serta praktik akuntansi. Ketika UMKM merasa bahwa penggunaan sistem *e-commerce* dan pencatatan akuntansi tidak rumit dan mudah dipahami, mereka lebih cenderung untuk mengadopsi kedua praktik ini. Penelitian oleh (Harini, 2024) menunjukkan bahwa pelatihan dalam literasi keuangan dan penggunaan teknologi pembayaran bersama-sama membantu UMKM dalam pengendalian

kas dan profit margin. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan kepercayaan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi yang tersedia.

Kombinasi antara *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan) menciptakan sinergi yang kuat, yang pada gilirannya mendorong pertumbuhan UMKM. Dengan memahami manfaat yang ditawarkan oleh kedua variabel dan merasa nyaman dalam penggunaannya, pelaku UMKM dapat mengoptimalkan potensi pertumbuhan usaha mereka. Penggunaan metode pembayaran digital yang efisien, dikombinasikan dengan pemahaman yang baik tentang akuntansi, memungkinkan pelaku usaha untuk lebih disiplin dalam pencatatan dan evaluasi kinerja.

Dari perspektif TAM, penting bagi Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare untuk terus mengembangkan program pelatihan yang mengedukasi pelaku UMKM tentang manfaat dan kemudahan penggunaan teknologi pembayaran digital dan akuntansi. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ini akan membantu pelaku UMKM merasakan manfaat nyata dari adopsi kedua praktik ini, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan.

Implementasi metode pembayaran digital, seperti *QRIS* dan *e-wallet*, memudahkan transaksi non-tunai yang cepat. Sementara

itu, literasi accounting memberikan pemahaman penting tentang pengelolaan keuangan. Penelitian oleh (Harini, 2024) di Malang menunjukkan bahwa kombinasi ini meningkatkan kinerja UMKM dalam pengendalian kas dan profit margin. Di Parepare, pelaku UMKM yang mengadopsi kedua variabel ini tidak hanya meningkatkan jumlah dan nilai transaksi, tetapi juga mampu mencatat dan menganalisis data usaha secara sistematis. Hal ini mendukung teori TAM, di mana persepsi kemudahan dan manfaat mendorong penggunaan teknologi yang lebih efektif.

Kombinasi antara literasi *accounting* dan *e-commerce* juga memperluas peluang akses ke modal dan jaringan usaha. Penelitian oleh (Azis et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi *accounting* meningkatkan kredibilitas laporan keuangan UMKM, sehingga memudahkan akses pendanaan melalui lembaga keuangan. Ketika UMKM mengelola pembayaran digital dan menyusun laporan keuangan dengan baik, mereka dapat menarik modal lebih mudah, yang mendukung keberlanjutan dan ekspansi usaha.

Kombinasi penggunaan metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* menunjang kestabilan dan pertumbuhan skala usaha mikro. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 50,5% varians pertumbuhan UMKM dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini, mempertegas pentingnya integrasi antara literasi keuangan dan penggunaan teknologi digital. Pelaku UMKM yang

merasakan manfaat dari kedua aspek ini cenderung lebih mampu mengoptimalkan potensi pertumbuhan usaha mereka.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis di atas, implikasi praktisnya adalah bahwa Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare perlu terus mengembangkan program pelatihan dan fasilitasi digital untuk UMKM. Kombinasi pendidikan akuntansi dasar dengan adopsi teknologi pembayaran modern akan menjadi strategi efektif untuk memperkuat fondasi usaha mikro. Meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang manfaat kedua variabel ini akan membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian mendukung hipotesis bahwa Metode Pembayaran *E-Commerce* dan Literasi *Accounting* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM. Dengan mendasarkan analisis pada teori Penerimaan Teknologi (TAM), kita dapat menyimpulkan bahwa integrasi kedua faktor ini memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan usaha, menciptakan sinergi yang tidak hanya menguntungkan bagi individu tetapi juga bagi sektor UMKM secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil pengolahan data terhadap 60 pelaku UMKM binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare, ditemukan bahwa terdapat pengaruh simultan yang nyata antara Metode Pembayaran E-Commerce dan Literasi Akuntansi terhadap tingkat pertumbuhan

usaha. Pengaruh ini dianalisis dari penerapan kedua variabel secara bersamaan, yaitu integrasi teknologi pembayaran digital dengan pengelolaan keuangan yang tertib. Hasil distribusi menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha yang telah memadukan kedua praktik tersebut berhasil mencapai peningkatan usaha yang signifikan.

Sebanyak 38 UMKM atau 63,3% tergolong dalam kategori pertumbuhan usaha tinggi. Responden dalam kelompok ini umumnya merupakan pelaku usaha berusia 21–35 tahun, dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK dan Sarjana (S1). Mereka berasal dari sektor usaha yang sangat bergantung pada transaksi harian, seperti kuliner (14 responden), fashion (8 responden), dan kerajinan tangan (6 responden). Karakteristik penting dari kelompok ini adalah telah menggunakan QRIS, e-wallet, atau sistem pembayaran berbasis aplikasi digital, serta secara rutin melakukan pencatatan penjualan, pengeluaran, dan perhitungan keuntungan menggunakan buku catatan manual atau aplikasi pembukuan sederhana. Lama usaha mereka rata-rata berada pada kisaran 1–3 tahun, sehingga cenderung adaptif terhadap teknologi baru. Hasilnya, mereka mencatat pertumbuhan usaha dalam bentuk peningkatan omset, arus kas yang tertib, serta kemampuan menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform digital.

Selanjutnya, 16 UMKM (26,7%) termasuk dalam kategori pertumbuhan sedang. Mereka telah menggunakan metode pembayaran e-commerce, namun penerapan literasi akuntansi masih terbatas. Kelompok ini terdiri atas pelaku usaha berusia 31–45 tahun, dengan dominasi pendidikan SMA dan belum sepenuhnya memahami akuntansi dasar. Mereka menjalankan usaha di sektor jasa (5 responden), teknologi (4 responden), dan pedagang eceran (3 responden). Beberapa sudah mulai mencatat transaksi secara sederhana, namun tidak dilakukan secara rutin atau sistematis. Mereka juga masih belum memahami konsep laba rugi dan arus kas secara menyeluruh. Usaha mereka rata-rata sudah berjalan lebih dari 3 tahun, namun pertumbuhannya stagnan karena belum optimal dalam memanfaatkan data keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Sementara itu, 6 UMKM (10%) masuk dalam kategori pertumbuhan rendah atau stagnan. Responden dalam kelompok ini sebagian besar berusia di atas 45 tahun, dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah (SMP atau tidak tamat SMA). Mereka menjalankan usaha dalam skala kecil seperti alat tulis sekolah (1 orang), jasa informal (2 orang), dan kuliner rumahan (3 orang). Keterbatasan mereka mencakup minimnya pemahaman terhadap teknologi pembayaran, serta belum adanya pencatatan keuangan yang memadai. Sebagian besar masih bergantung pada sistem tunai

dan mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha, sehingga sulit untuk mengukur performa bisnis secara obyektif. Kurangnya pelatihan serta resistensi terhadap digitalisasi menjadi penghambat utama dalam pertumbuhan usaha mereka.

Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemampuan mengelola sistem pembayaran digital dan penerapan akuntansi dasar menjadi kunci penting bagi pertumbuhan UMKM. Ketika kedua kemampuan ini dimiliki dan diterapkan secara beriringan, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga memiliki kontrol yang lebih baik terhadap keuangan internal, yang pada akhirnya berdampak pada pertumbuhan usaha secara keseluruhan. Temuan ini juga selaras dengan hasil uji simultan (Uji F) dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa variabel Metode Pembayaran E-Commerce dan Literasi Akuntansi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM (F = 29,119; Sig. = 0,000).

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

1. Metode Pembayaran *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan UMKM di bawah binaan Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare. Penerapan metode pembayaran digital seperti *QRIS, e-wallet*, dan transfer elektronik membantu pelaku UMKM meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas akses pasar, serta mempercepat arus kas usaha.
2. Literasi *Accounting* juga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap pertumbuhan UMKM. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman akuntansi dasar lebih mampu mengelola keuangan, mencatat transaksi secara sistematis, menyusun laporan sederhana, serta melakukan evaluasi kinerja usaha secara periodik. Kemampuan ini mendorong stabilitas dan keberlanjutan pertumbuhan usaha.
3. Secara simultan, kedua variabel metode pembayaran *e-commerce* dan literasi *accounting* bersama-sama memberikan pengaruh yang nyata terhadap pertumbuhan UMKM. Sinergi antara kemampuan dalam memanfaatkan teknologi transaksi dan kompetensi pengelolaan keuangan terbukti menjadi kombinasi penting dalam

membangun usaha yang lebih sehat, berdaya saing, dan siap beradaptasi dalam ekosistem digital.

B. Saran

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga berpengaruh terhadap pertumbuhan UMKM, seperti akses permodalan, kemampuan digital marketing, kualitas manajemen usaha, atau dukungan kebijakan pemerintah daerah. Dengan memperluas cakupan variabel, penelitian akan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan UMKM secara nyata.

DAFTAR PUSTAKA

Afasya, N., & Ardila, I. (2025). Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pendapatan: Faktor Penentu Dalam Manajemen Keuangan Pribadi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *3*(3), 186–204.

Anaqi, I., Kurniawan, D., Marcela, T. P., Claudia, D., Jorger, V., Aziz, P. N., Suranti, N., Sukmah, M., & Ariescy, R. R. (2023). Pengembangan Digitalisasi Marketing Usaha Umkm Untuk Meningkatkan Mengembangkan Umkm Masyarakat Development Of Msme Business Marketing Digitalization To Improve Community Msme Development. *Jurai: Jurnal Abdimas Indonesia*, *1*(2), 171–179. Https://Doi.Org/10.59841/Jai.V1i2.112

Andriani, R., Muzakki, K., Wicaksono, A., & Anwar, C. (2025). Pengaruh E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Di Desa Sidokepung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *9*(2), 41–62.

Apriliani, D., Aprila Sobandi, R., Novia Rahmadhani, T., & Icih, I. (2024). Optimalisasi Literasi Akuntansi Pada Umkm Pusat Oleh-Oleh Di Jalan Otto Iskandardinata Subang. *Garba Pembangunan Masyarakat*, *1*(3), 18.

Arifuddin, A., Nurnaluri, S., & Intani, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Kinerja Keuangan Umkm (Studi Kasus Pada Cafe Di Kota Kendari). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *08*(01), 298–310. Http://Jak.Uho.Ac.Id/Index.Php/Journal

Azis, S. A., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2025). Pemanfaatan Teknologi Finansial (Fintech) Untuk Meningkatkan Inklusi Keuangan Pada Umkm. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis (Akuntansi)*, *5*(1), 67–86. Http://Journal.Politeknik-Pratama.Ac.Id/Index.Php/Jiab■Page67

Bukama, S., Hanggara, B. T., & Syawli, A. (2020). Pengaruh Adopsi E-Commerce Dan E-Payment Terhadap Kinerja Umkm Di Kelurahan Penanggungan. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *1*(1), 2548–2964. Http://J-Ptiik.Ub.Ac.Id

Clarita Gare Bude, E., & Sri Utami, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkmkecamatan Sedayu Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jimea | Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*(3), 2257–2268. Www.Oss.Go.Id.

Davis, F. (1989). A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Results. *Sloan School Of Management*.

Dina, N., Pawyatan, U., & Kediri, D. (2023). Marketing Entrepreneurship Through E-Commerce To Improve The Performance Of Msmes In Kediri City Pemasaran Kewirausahaan Melalui E-Commerce Untuk Meningkatkan Kinerja Umkm Di Kota Kediri. In *Management Studies*

And Entrepreneurship Journal (Vol. 4, Issue 2). Http://Journal.Yrpipku.Com/Index.Php/Msej

Fatimah, Arfianty, Nurwani, Tarawiru, Y., & Harun, H. (2022). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Di Tengah Pandemi Covid-19 Melalui Kegiatan Pengenalan Go-Digital Bagi Umkm Di Kelurahan Ujung Sabbang Kecamatan Ujung Kota Parepare. *Mallomo: Journal Of Community Servive*, *2*(2), 89–93. Http://Jurnal.Umsrappang.Ac.Id/Mallomo/Index

Fitri Sri Nuraeni, Risma Nurmilah, & Acep Suherman. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Commerce. *Akuntansi 45*, *4*(2), 316–335. Https://Doi.Org/10.30640/Akuntansi45.V4i2.1852

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25* (A. Tejokusumo, Ed.; 9th Ed.). Universitas Diponegoro.

Hamizar, A., Nacikit, M. R., Holle, M. H., & Kamaruddin, K. (2023). Perilaku Adopsi Cahsless Sebagai Dampak Insentif Keuangan (Cashback, Diskon & Program Loyalitas). *Advantage: Journal Of Management And Business*, *2*(1), 49–59. Https://Jurnalapik.Id/Index.Php/Advantage

Handayani, N., Hasanuddin, H., & Idrawahyuni, I. (2024). Pengaruh Literasi Akuntansi Dan Pemanfaatkan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Akurasi Pencatatan Keuangan (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Kepulauan Selayar). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, *4*(2), 915–925.

Handayanti, A., Agachi, D. S., & Fadillah, W. (2022). Peran E-Commerce Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, *7*(1), 27–34.

Harini, D. (2024). Pengaruh Payment Gateway Dan Literasi Keuangan Dan Digitalisasi Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelaku Umkm Di Kabupaten Brebes. *Jurnal Visi Manajemen*, *10*(2), 195–214. Https://Doi.Org/10.56910/Jvm.V10i2.631

Hidayat, W., & Kholik, N. (2024). Implikasi Hukum Atas Perubahan Bisnis Umkm: Strategi Adaptasi Era Digital Dan E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Analis Hukum*, *7*(1), 70–84.

Hidayati, N., & Karim, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Minat Penggunaan Qris Pada Merchant Di Lombok Epicentrum Mall. *Jurnal Ganec Swara*, *18*(1), 253–262. Www.Dataindonesia.Id

Indriani, R., Harmen, H., Hutagalung, G. R. S., Fiqri, M. I., Limbong, N. G. C., Sembiring, O., Sihaloho, R. P., Simarmata, R. C., & Sahfitri, S. (2024). Analisis Penyusunan Laporan Keuangan Guna Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Dalam Etika Keuangan. *Mes Management Journal*, *3*(2), 427–441.

Jawad, S. G., & Mohammed, A. H. (2024). Cost Reduction And Efficiency Boost Through E-Commerce Strategies. *Indonesian Journal Of Law And Economics Review*, *19*(3).

Jedeot, A., Santi, F., June, C. G. T., & Anggraeni, A. Y. (2025). Integrasi Akuntansi Sebagai Pondasi Keuangan Dalam Manajemen Kas Usaha Mikro. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Perpajakan (Bijak)*, *7*(1), 2656–4297. Https://Jurnal.Unmer.Ac.Id/Index.Php/Jb/

Joseph, C. N. (2024). Peranan Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Universitas Kristen Indonesia Maluku*, *18*(2), 158–170.

Juliantari, H. I., Nur'aini, N., Ariani, Z., Dewi, N. Y. S., Agustina, A., & Hidayanti, N. (2024). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Umkm. *Seminar Nasional Paedagoria*, *4*, 585–596.

Khairunnisa, I., Harmadji, D. E., Ristiyana, R., Harto, B., Mekaniwati, A., Widjaja, W., Malau, N. A., Hayati, T. P. T. N., Faried, A. I., Purwanti, T., & A, M. U. (2022). *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Penulis* (A. Ariyanto & T. P. Wahyuni, Eds.; 1st Ed.). Pt Global Eksekutif Teknologi. Www.Globaleksekutifteknologi.Co.Id

Ladung, F., & Rahmawati, R. (2024). Efektivitas Pembinaan Umkm Oleh Dinas Tenaga Kerja Kota Parepare. *Cateris Paribus Journal*, *4*(1), 45–53.

Migueli, I., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2024). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Intention To Use Dengan Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada E-Commerce Tokopedia Di Yogyakarta. *Journal Of Management And Digital Business*, *4*(3), 665–680. Https://Doi.Org/10.53088/Jmdb.V4i3.1261

Mohammad Chaidir, Grace Yulianti, & Ruslaini Ruslaini. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keberlanjutan Bisnis Umkm Di Indonesia. *Jumbiwira : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, *4*(1), 218–220. Https://Doi.Org/10.56910/Jumbiwira.V4i1.2079

Natsir, K., & Bangun, N. (2024). Strategi Umkm Menghadapi Perubahan Perilaku Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Serina Abdimas*, *2*(3), 772–777. Https://Doi.Org/10.24912/Jsa.V2i3.31904

Nuraeni, D. N., Dai, R. M., & Thirafi, L. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Pada Umkm Juara. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, *5*(2), 158–165. Https://Doi.Org/10.47065/Jbe.V5i2.5309

Nuraeni, F., Yanti, Y., & Rachpriliani, A. (2024). Pengaruh Layanan E-Payment Dan E-Commerce Terhadap Kinerja Supply Chain: Dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, Dan Usaha Menengah (Umkm) Di Kabupaten Karawang. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(3), 1431–1444.

Palangan, C. Y. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Adopsi E-Commerce Oleh Umkm Kerajinan Diy. *Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, *3*(2), 425–435.

Prahendratno, A., Aulia, M. R., Erwin, E., Setiawan, Z., Rijal, S., Rosdaliva, M., Ariasih, M. P., Adhicandra, I., & Rahmawati, E. (2023). *Strategi Bisnis Digital (Optimalisasi & Otomtisasi Sebuah Bisnis Menggunakaan Media Digital)* (E. Efitra & S. Sepriano, Eds.; 1st Ed.). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia. Https://Www.Researchgate.Net/Publication/379374668

Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm Se-Eks Karesidenan Besuki. *Valid Jurnal Ilmiah*, *17*(2), 151–161.

Purwanto, H., Yandri, D., Prawira Yoga, M., & Yoga, M. P. (2022). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Di Masyarakat. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, *11*(1), 80–91.

Putri, P. L., & Widadi, B. (2024). Peran Inovasi Dalam Pengembangan Model Bisnis Umkm Di Era Digital. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, *2*(4), 180–189. Https://Doi.Org/10.61132/Maeswara.V2i4.1113

Rachmawati, M. (2024). Adopsi E-Commerce Umkm Sebagai Upaya Adaptasi Perubahan Perilaku Konsumen. *Jurnal Emt Kita*, *8*(2), 695–700. Https://Doi.Org/10.35870/Emt.V8i2.2377

Ratiyah, Hartanti, & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi Dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan Umkm: Dampak Dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, *5*(2), 152–163. Http://Ejournal.Bsi.Ac.Id/Ejurnal/Index.Php/Ecodemica

Sari, Y., Anggraeni, E., Ekonomi Syariah, M., & Raden Intan Lampung, U. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Digital Pada Umkm. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *2*, 73–78. Https://Doi.Org/10.62017/Wanargi

Shanshabilla, A. (2023). The Effect Of Financial Literacy And Digital Payment On Increasing Micro, Small And Medium Enterprise Income (Studies On Smes In The Kemuning District Of Palembang). *The Accounting Journal Of Binaniaga*, *8*(01), 1–14. Https://Doi.Org/10.33062/Ajb.V8i01.17

Shavira Putrie, A., & Ariani, K. R. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi Dan Literasi Keuangan Pada Kinerja Perusahaan Umkm. *Jurnal Akuntasi Dan Keuangan Kontemporer (Jakk)*, *7*(2), 153–166.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan (Kauntitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D Dan Penelitian Pendidikan* (A. Nuryanto, Ed.; 3rd Ed.). Alfabeta, Cv.

Tambunan, H. B., Ilat, V., & Pusung, R. J. (2021). Analisis Penerapan Target Costing Dalam Upaya Penghematan Biaya Produksi Pada Umkm Trendy Fried Chicken Di Kota Manado Analysis Of Target Costing Implementation In Efforts To Save Production Costs At Umkm Trendy Fried Chicken In Manado City. *Jurnal Emba*, *9*(2), 1335–1341.

Tamimi, F., & Munawaroh, S. (2024). Teknologi Sebagai Kegiatan Manusia Dalam Era Modern Kehidupan Masyarakat. *Saturnus : Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, *2*(3), 66–74. Https://Doi.Org/10.61132/Saturnus.V2i3.157

Titasari, H. I. (2024). Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga: Islamic Economics Journal*, *2*(1), 25–51. Https://Doi.Org/10.14421/Skiej.2023.2.1.1750

Warisi, D., Sari, M. S., & Yapan, U. F. (2024). Literasi Akuntansi Dalam Pengelolaan Keuangan Umkm. *Communnity Development Journal*, *5*(4), 7225–7230.