

**PENGARUH E-COMMERCE DAN PEMBERIAN KREDIT  
TERHADAP KINERJA UMKM MELALUI PEMAHAMAN AKUNTANSI  
PADA PELAKU UMKM DI KOTA MAKASSAR**

***The Effect Of E-Commerce And Credit Granting On Umkm Performance Through  
Accounting Understanding On MSME Actors In Makassar City***

Nurbayani \*1)  
Universitas Fajar  
[nurrahman250114@gmail.com](mailto:nurrahman250114@gmail.com)

Nurhidayati \*2)  
Universitas Fajar  
[nurh85865@gmail.com](mailto:nurh85865@gmail.com)

**ABSTRAK**

Kinerja UMKM adalah sejauh mana UMKM dalam melakukan pencapaian dalam menjalankan usaha dalam bentuk keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan usahanya. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh e-commerce, pemberian kredit terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi pada pelaku UMKM di kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan responden sebanyak 35 pelaku UMKM di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pengujian analisis statistik deskriptif dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pelaku UMKM di kota Makassar, pemberian kredit tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, e-commerce, pemberian kredit, dan pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, e-commerce tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi, dan Pemberian kredit tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

**Kata Kunci:** e-commerce, pemberian kredit, pemahaman Akuntansi, kinerja

**ABSTRACT**

*The performance of MSMEs is the extent to which MSMEs have made achievements in running their business in the form of success or failure in running their business. The purpose of this study was to examine the effect of e-commerce, lending on the performance of MSMEs through accounting understanding of MSME actors in the city of Makassar. This study used a survey method with 35 respondents as MSME actors in Makassar City. This Study uses descriptive statistical analysis testing using the SPSS 24 application.*

*The results of this study indicate that e-commerce has a positive and significant effect on MSME actors in the city of Makassar, lending has no effect on MSME performance, understanding of accounting has a positive and significant effect on MSME performance, e-commerce, lending, and understanding of accounting has a positive effect and significant to the performance of SMEs, e-commerce has no positive and significant effect on the performance of SMEs through understanding of accounting, and lending has no positive and significant effect on the performance of SMEs through understanding of accounting.*

**Keywords:** e-commerce, lending, accounting understanding, performance

## PENDAHULUAN

Pada dasarnya dunia usaha saat ini sedang meroket, terkhusus di Indonesia seperti yang kita lihat sedang mengalami perkembangan dari masa ke masa. Persaingan yang dihadapi oleh para pelaku usaha sangatlah tinggi sebab perekonomian yang tidak menentu karena persaingan yang dihadapi sudah mendunia. Peran pelaku usaha dalam hal ini sangat dibutuhkan untuk mempercepat dalam mendorong perkembangan perekonomian nasional sehingga dapat memberikan sumbangsih yang besar bagi perekonomian terkhususnya di Indonesia.

Salah satu faktor pendorong ekonomi nasional sangat dipengaruhi oleh dinamika dan pertumbuhan ekonomi lokal. Perekonomian lokal pada dasarnya ditopang oleh aktivitas ekonomi berskala Mikro, kecil dan menengah (UMKM). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama yang berperan relatif besar dalam pertumbuhan utama ekonomi sehingga dapat meningkatkan produk domestik bruto. Berdasarkan dengan statistik Kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) per Oktober 2022, jumlah UMKM di Tanah air sudah mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07 persen atau senilai Rp 8.573,89 triliun (Kementerian Keuangan RI Ditjen Perbendaharaan, 2022). Selain dalam meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) UMKM dapat mengurangi angka pengangguran serta penyerapan kredit. Di kota Makassar sendiri pelaku UMKM per tahun 2022 berjumlah 18.815. berikut rincian pelaku UMKM per Kecamatan yang ada di Kota Makassar.

**Tabel 1. Data Pelaku UMKM di Kota Makassar**

| Kecamatan       | Jumlah UMKM |
|-----------------|-------------|
| Biringkanaya    | 1687        |
| Bontoala        | 823         |
| Kep Sangkarrang | 223         |
| Makassar        | 1463        |
| Mamajang        | 1398        |
| Manggala        | 2681        |
| Mariso          | 956         |
| Panakukang      | 973         |
| Rappocini       | 1366        |
| Tallo           | 898         |
| Tamalanrea      | 1464        |
| Tamalate        | 3082        |
| Ujung Pandang   | 806         |
| Ujung Tanah     | 627         |

|      |     |
|------|-----|
| Wajo | 369 |
|------|-----|

Sumber : dinas Koperasi,2023

Menurut UU UKM No. 20 tahun 2008, UMKM adalah perusahaan yang dimiliki oleh orang atau organisasi yang sesuai dengan standar bisnis yang telah ditetapkan. Dimana kriteria dilihat dari batasan omzet yang diperoleh tiap tahunnya dan kekayaan bersih yang dimiliki. Sedangkan usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dioperasikan oleh organisasi dengan nilai kekayaan bersih atau angka penjualan tahunan lebih tinggi daripada usaha menengah, yang mencakup baik perusahaan domestik milik negara maupun swasta, perusahaan patungan, dan perusahaan asing yang menjalankan bisnis di Indonesia.

Di tengah maraknya persaingan dan banyaknya brand-brand terbaru yang bermunculan tentunya akan menghambat perkembangan UMKM. Dimana para pelaku UMKM diharapkan agar tetap eksis dalam menjalankan aktivitas agar dapat meningkatkan usaha sehingga bisa bersaing. Oleh karena itu para pelaku UMKM harus memiliki kinerja yang dapat meningkatkan usahanya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha diantaranya keterbatasan modal usaha dan faktor pemasaran.

Hambatan yang paling besar yang dihadapi dalam mengembangkan usaha seperti kurangnya inovasi, cara memasarkan produk dan adanya keterbatasan dana dalam mengembangkan usaha tersebut. Di dalam mengembangkan usaha dengan adanya kendala pemasaran dan keterbatasan dana juga membutuhkan ilmu dalam mengelola keuangan atau pemahaman akuntansi. Dengan adanya pencatatan usaha secara lengkap dan teratur tentu akan memudahkan bagi pelaku UMKM untuk menilai sejauh apa usaha yang mereka geluti selama ini. Dengan adanya pemahaman akuntansi maka kita dapat mengetahui informasi akuntansi dikarenakan dapat memberikan kontribusi dalam mengambil sebuah keputusan. Dengan adanya pemahaman akuntansi maka diharapkan agar pengusaha dapat mengelola aset, liabilitas dan ekuitas usaha mereka sehingga dapat mengukur keberhasilan usahanya.

Sebelumnya telah ada standar akuntansi untuk UMKM guna membantu dalam menyusun laporan keuangan yang dikenal dengan SAK ETAP. SAK ETAP merupakan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik. SAK ETAP disahkan oleh Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) melalui Dewan Standar Akuntansi Keuangan (DSAK) pada tahun 2009 dan mulai efektif diberlakukan pada 1 Januari 2011 (Hetika & Mahmudah, 2017). Namun ternyata kendala pada pelaku UMKM mengaku bahwa mereka merasa kesulitan untuk membuat laporan keuangan karena dianggap rumit. Upaya yang telah dilakukan dalam mengatasi kendala tersebut yaitu dikeluarkannya standar baru oleh IAI sebuah standar khusus untuk UMKM dalam penyusunan laporan keuangan yang akurat dan relevan yaitu SAK EMKM. SAK EMKM mulai diberlakukan sejak 1 Januari 2018.

Seiring perkembangannya waktu UMKM terus meningkat, disamping perkembangan UMKM teknologi juga terus meningkat. Sebagai pelaku usaha tentu dituntut untuk *update* dalam menggunakan teknologi. Dengan mengikuti perkembangan zaman teknologi ini seperti kita lihat pengguna internet sudah ada dimana-mana. Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan "*Houtsuite and We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air per Januari 2022. Dengan adanya peningkatan dalam penggunaan internet mengindikasikan bahwa potensi terjadinya *e-commerce* di Indonesia cukup besar.

Istilah pengguna internet sebagai media pemasaran di sebut *e-Commerce*. *E-Commerce* adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan (Laudon, K., dan Laudon, 2009). Kementerian Koordinator (Kemenko) Bidang Perekonomian mencatat nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia, baik domestik dan luar negeri,

mencapai Rp 108,54 triliun sepanjang kuartal I-2022. Realisasi itu tumbuh 23 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu (kompas.com, 2022)

Dengan adanya *e-commerce* yang dapat memudahkan pemasaran bagi UMKM agar dapat berkembang dan bersaing namun disisi lain adanya keterbatasan modal yang dapat menghambat perkembangan UMKM. Oleh karenanya dibutuhkan pemberian kredit, Menurut Indriyati (2018), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit bagi UMK untuk menambah modal usaha mempengaruhi perkembangan UMK agar UMK dapat mengakses kredit untuk mengembangkan usahanya.

Melalui *e-commerce* dan pemberian kredit serta adanya pemahaman akuntansi yang dimiliki tentunya diharapkan dapat membantu para UMKM dalam meningkatkan usaha. Sebagian usaha mikro dan kecil masih tumpang tindih dalam melakukan manajemen terutama manajemen keluarga dan usahanya, terutama dalam pengelolaan keuangan. Informasi keuangan dalam perusahaan sangat diperlukan dengan adanya pemahaman akuntansi akan mempermudah dalam pengambilan keputusan.

Berdasarkan latar belakang yang telah disajikan di atas, penulis kemudian tertarik untuk mengkaji mengenai “pengaruh *E-commerce*, dan Pemberian Kredit terhadap Kinerja UMKM Melalui Pemahaman Akuntansi pada Pelaku UMKM di Kota Makassar”

## TINJAUAN TEORITIS

### **E-Commerce**

*Electronic commerce* atau sering disebut *E-Commerce* merupakan salah satu dari hasil perkembangan teknologi internet. Menurut Wikipedia *E-commerce* atau Penyebaran, akuisisi, penjualan, dan distribusi produk atau layanan menggunakan sistem elektronik seperti Internet, televisi, internet, atau jaringan komputer lainnya dikenal sebagai perdagangan elektronik. Transfer uang elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis adalah semua contoh *e-commerce*. *E-commerce* adalah praktik menjalankan bisnis menggunakan sarana digital atau elektronik. *E-commerce* adalah praktik menjalankan bisnis menggunakan sarana digital atau elektronik. Dengan peralihan dari era perdagangan konvensional ke era berbasis teknologi, *e-commerce* telah muncul sebagai salah satu jenis bisnis. Perdagangan menggunakan teknologi elektronik meningkatkan efektivitas dan efisiensi baik pembeli maupun penjual (EHan, 2019).

Menurut Laudon dalam Nursani (2019), *E-commerce* adalah praktik jual beli barang secara elektronik antara bisnis dan antara pelanggan, memanfaatkan komputer untuk bertindak sebagai perantara dalam urusan bisnis. Ada tiga kategori *e-commerce*, dan mereka adalah sebagai berikut: a) *Business to Consumer* (B2C), merupakan penjualan suatu produk serta layanan dan eceran kepada pembeli secara individu, b) *Business to Business* (B2B), merupakan penjualan suatu produk dan layanan yang dilakukan antar perusahaan, c) *Consumer to Consumer* (C2c), merupakan penjualan yang dilakukan secara langsung antara konsumen dengan konsumen. Nelson dan Shaw (2003) dalam Putri Adika Lestari (2022), adapun indikator yang digunakan dalam *E-commerce* adalah sebagai berikut: 1) Aktivitas Pemasaran umum, 2) Penelitian pasar, 3) Meraih pasar lebih luas

### **Pemberian Kredit**

Istilah kredit berasal dari bahasa Yunani yaitu “*crede*” atau “*credo*” yang artinya percaya. Kepercayaan menjadi dasar keputusan bank untuk memberikan kredit kepada seseorang atau organisasi bisnis. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Sumber uang atau tagihan yang dapat digunakan sebagai

pengganti untuk itu, kredit didasarkan pada pengaturan pinjaman antara bank dan pihak lain yang memaksa peminjam untuk membayar hutang dengan bunga setelah jumlah waktu yang telah ditentukan.

### **Komponen kredit**

Adapun komponen kredit menurut Abdullah (2018), adalah sebagai berikut: a) Kepercayaan adalah keyakinan dalam memberikan pinjaman baik dalam bentuk tunai, produk atau manajemen. Keyakinan tersebut disampaikan oleh bank yang telah melakukan survei analitik terhadap nasabahnya, baik internal maupun eksternal. Penelitian dan pemeriksaan ini diselesaikan dalam jangka waktu yang lama agar nasabah dapat diidentifikasi, b)Negosiasi, informasi ini dibandingkan antara pemohon pinjaman dan peminjam. Perjanjian ini kadang-kadang merupakan komponen perjanjian ketika kedua belah pihak menandatangani janji yang telah mereka setujui, c) Jangka waktu, Setiap kredit diberikan untuk jangka waktu tertentu. Termasuk dalam topik ini adalah kerangka waktu untuk pembayaran uang muka yang telah disetujui oleh kedua belah pihak. Garis waktu mungkin jangka pendek, jangka panjang, atau sekarang. c) Resiko, Risiko seperti kredit buruk atau kredit tidak tertagih diciptakan oleh faktor-faktor seperti kemudahan mengubah kredit. Baik resiko yang dikehendaki konsumen maupun resiko yang tidak diminta ditanggung oleh bank.

### **Prinsip Pemberian Kredit**

Berikut beberapa prinsip dalam pemberian kredit menurut T. Abdullah, (2014) a) Karakter, Karakter, karakter yang dimaksud disini adalah sifat atau watak yang dimiliki oleh calon yang akan menerima kredit agar dapat dipercaya sehingga meyakinkan pihak pemberi kredit, b) Kapasitas, hal ini dikaitkan dengan pihak penerima kredit mengenai kemampuan yang dimiliki dalam mengembalikan uang yang telah dipinjam, c) Modal, dalam hal ini pihak pemberi kredit melihat bagaimana kecukupan modal yang dimiliki oleh pihak penerima kredit, d) Kondisi, dimana dalam hal ini pihak pemberi kredit melihat kestabilan finansial dari calon penerima kredit agar dapat memprediksi prospek atau kinerja di masa mendatang, e) Jaminan sebagai perlindungan dari resiko keuangan.

### **Tujuan Kredit**

Kasmir (2014), menyatakan pinjaman dilakukan untuk beberapa tujuan antara lain sebagai berikut: a) Untuk mendapatkan keuntungan, kredit adalah pinjaman yang disertakan dengan tingkat suku bunga, dimana bunga merupakan pendapatan dari bank, b) Membantu nasabah dalam mengembangkan usahanya artinya kredit yang diterima oleh nasabah dapat digunakan dalam mengembangkan dan memperluas usaha, c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kredit karena lebih banyak kredit yang tersalurkan, maka akan mendorong perkembangan dari berbagai industri.

### **Pemahaman Akuntansi**

Akuntansi merupakan proses atau kegiatan pencatatan (*record*), penggolongan (*classifying*), peringkasan (*summarizing*), transaksi-transaksi yang mempengaruhi aktivitas keuangan yang terjadi pada suatu organisasi dan melaporkan/menyajikan serta mentafsirkan (*interpretasi*) hasilnya. Organisasi yang bersifat nirlaba dan nirlaba biasanya menggunakan akuntansi ini. Organisasi memanfaatkan praktik ini untuk melacak transaksi keuangan, salah satunya akan digunakan untuk melacak laporan keuangan (Suhendar, 2020).

Akuntansi (*accounting*) adalah proses mengidentifikasi, mencatat, meringkas, dan melaporkan transaksi bisnis dengan berbagai cara dan sistematis, berdasarkan standar yang berlaku umum, sehingga mereka terlibat selalu mengetahui kekayaan bersih, posisi keuangan, dan hasil operasi perusahaan, serta dapat mengambil keputusan dan memilih tindakan alternatif di bidang ekonomi (Bahri, 2020:1). Pemahaman

akuntansi merupakan kemampuan seseorang dalam memahami suatu proses akuntansi dalam menyusun sebuah laporan keuangan (Lohanda, 2017). Akuntansi sendiri merupakan penggolongan, pencatatan, dan pelaporan atas transaksi melalui sistematis yang berdasarkan standar umum yang sudah diakui oleh pihak yang mempunyai posisi penting dalam keuangan. Semakin besar pengetahuan akuntansi seseorang maka akan semakin memahami bagaimana menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan kriteria yang relevan (Auliah & Kaukab, 2019)

Memahami tiga komponen utama dari persamaan dasar akuntansi yaitu aset, kewajiban, dan ekuitas yang mewakili ide sebagai dasar akuntansi (Kasmir, 2018). Setiap transaksi akan mempengaruhi posisi Asset, Liabilitas dan ekuitas perusahaan. Maka dari itu sangat penting memahami mengenai aset, liabilitas dan ekuitas (Keiso et al., 2014).

Aset adalah kekayaan yang dimiliki oleh sebuah perusahaan yang terdiri dari aset lancar, aset tetap dan aset lainnya (Kasmir, 2018). Aktiva dapat digolongkan menjadi dua yaitu aset finansial dan non finansial. Kekayaan finansial artinya kekayaan yang secepat mungkin dapat dirubah menjadi kas/uang. Sedangkan aktiva non finansial yaitu aktiva yang dibeli dengan tujuan untuk digunakan dalam kegiatan usaha seperti peralatan, tanah dan bangunan (Hery, 2019).

Kewajiban atau liabilitas adalah hak atau klaim dari kreditur atas aset perusahaan. Hutang adalah suatu kewajiban untuk membayar kepada pihak lain sejumlah uang, barang atau jasa di masa yang akan datang sebagai akibat dari transaksi di masa lalu. Utang neraca menunjukkan bahwa sebagian besar aset perusahaan diperoleh melalui pinjaman sebelumnya kepada pihak ketiga (Sidauruk, 2021:21).

Ekuitas merupakan hak pemegang saham atau pengelola dana atas kekayaan perusahaan. Ekuitas disebut sebagai ekuitas pemilik untuk perusahaan swasta dan ekuitas pemegang saham untuk orang pribadi. Ekuitas atau modal kadang-kadang disebut sebagai kekayaan bersih (aset bersih), yang menunjukkan bahwa pemilik perusahaan atau pemegang saham menerima aset setelah semua aset perusahaan telah dikurangi dari semua kewajibannya (Hery, 2019:14).

### **Kinerja UMKM**

Terdapat kegiatan bisnis secara produktif serta didirikan sendiri,,usaha mikro kecil menengah adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun secara kelompok yang membentuk badan usaha pada semua sektor ekonomi. Pengertian usaha kecil sangat luas, di negara tertentu belum tentu sama dengan negara tertentu. UMKM bagi negara seperti Maroko tenaga kerja yang digunakan kurang dari 200 orang, Algeria kurang dari 10 orang, Ekuador kurang dari 10 orang bagi usaha mikro, Kolumbia kurang dari 10 orang bagi usaha mikro, 11 sampai 50 orang untuk usaha kecil dan 5 sampai 200 orang untuk orang untuk usaha menengah. Jika di berbagai negara menggolongkan UMKM berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan, di Indonesia sendiri kita menggolongkan UMKM berdasarkan aset dan omset yang dimana diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UKM sebagai berikut ini: Usaha mikro adalah perusahaan menguntungkan yang dimiliki oleh individu atau badan usaha kecil yang memenuhi persyaratan hukum.

a) Menurut undang -undang ini, usaha kecil didefinisikan sebagai perusahaan yang beroperasi secara independen dan menguntungkan yang dikelola oleh seseorang atau badan hukum yang bukan anak perusahaan atau cabang perusahaan, juga tidak secara langsung atau tidak langsung dikendalikan oleh, dikendalikan oleh, atau Terintegrasi dengan, perusahaan menengah atau besar yang memenuhi definisi perusahaan menengah. b) Bisnis yang menguntungkan yang dikelola oleh individu atau kelompok yang bukan anak perusahaan, cabang bisnis, entitas yang dikendalikan, atau entitas yang dimasukkan ke dalam

kekayaan bersih dan penjualan tahunan sebagaimana didefinisikan oleh undang-undang ini disebut sebagai perusahaan menengah.

Berikut kriteria usaha mikro kecil dan menengah yang diatur dalam *undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008*:

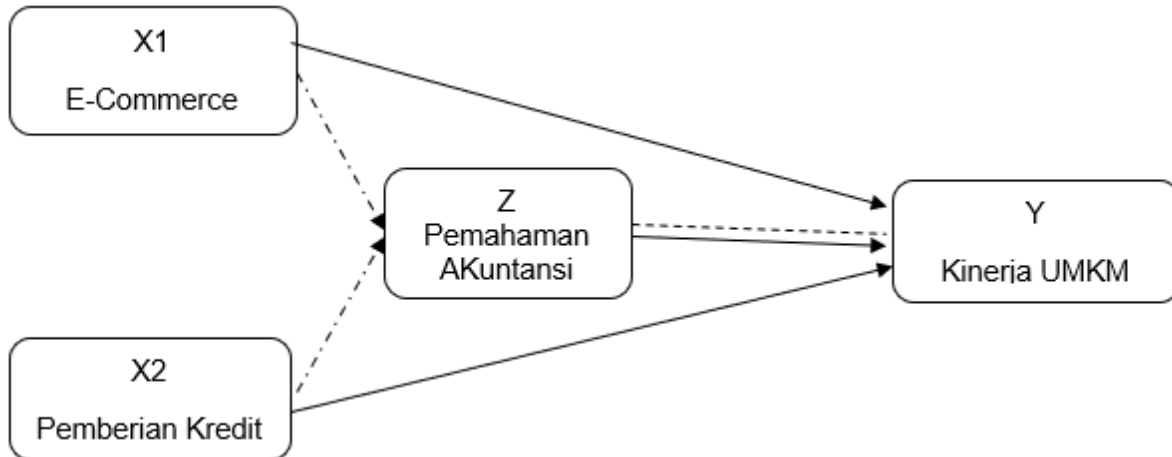
1. Usaha Mikro: a) Nilai kekayaan bersihnya tidak melebihi Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha), atau b) Hasil penjualan tahunan tidak melebihi Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha Kecil: a) Nilai kekayaan bersihnya lebih dari Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk dan bangunan tempat usaha), atau, b) Omset tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) dan tidak lebih dari Rp 2.500.000.000 (dua miliar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah: a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau, b) omzet tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) dan tidak lebih dari Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Prawirosentono dalam Auliah & Kaukab (2019), mengungkapkan bahwa kinerja ialah pencapaian hasil dilakukan sama pegawai dalam sebuah organisasi, sebanding dengan tanggungjawab segalanya untuk mencapai capaian organisasi yang dicapai secara hukum serta mematuhi norma tanpa melanggar hukum yang berlaku. Hal senada juga disampaikan oleh Ranto dalam Nofitasari (2022), kinerja merupakan rangkaian kegiatan manajemen yang digunakan untuk mempertanggungjawabkan sejauh mana pencapaian individu atau organisasi dinyatakan dalam bentuk keberhasilan atau kegagalan dalam memenuhi kewajiban dan tanggungjawab kepada publik.

Utama (2016), menyebutkan bahwa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja UMKM yaitu pengukuran dengan kuantitatif dan kualitatif yang menggambarkan tingkat pencapaian suatu sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan dengan memperhitungkan indikator. Evaluasi kinerja secara kuantitatif adalah tujuan yang dibuat secara objektif. Dimana penilaian dilihat berdasarkan capaian target semisal capaian target sudah sampai atau sudah melebihi dari yang diharapkan, maka penilaian kuantitatifnya dapat dikatakan baik.. Sedangkan evaluasi kinerja secara kualitatif adalah evaluasi penilaian secara subjektif, dimana hasil evaluasi penilaian ini dapat dipertimbangkan karena sifatnya yang subjektif. adapun isi dari indikator tersebut adalah sebagai berikut: a) Kualitas produk, produk yang dihasilkan harus sesuai dengan keinginan pasar sehingga produk yang dihasilkan dapat menghasilkan pendapatan, b) Perspektif pertumbuhan dan penjualan, yang dimaksud dengan perspektif ini yaitu bagaimana pertumbuhan seperti kemajuan dan peningkatan penjualan, c) Pertumbuhan pendapatan, yang dimaksud dalam hal ini adalah bagaimana kondisi pendapatan perusahaan dari waktu ke waktu, d) Tenaga kerja, dalam hal ini kita harus melihat bagaimana penerapan tenaga kerja dalam melakukan usaha, e) Pertumbuhan laba yaitu bagaimana peningkatan laba perusahaan dari tahun ke tahun.

## KERANGKA PIKIR

Berdasarkan landasan teori tersebut, dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagaimana dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

## Hipotesis

### 1. Pengaruh *E-commerce* terhadap kinerja UMKM.

*E-commerce* adalah praktik melakukan bisnis yang memanfaatkan cara digital atau elektronik. Diperkirakan bahwa kemunculan *e-commerce* akan membantu pelaku UKM dalam meningkatkan kinerja mereka. Karena fakta bahwa *e-commerce* ada dan dapat membantu para pelaku UKM dalam mempromosikan barang-barang mereka untuk meningkatkan penjualan.

Penelitian Putri Adika Lestari (2020) mengungkapkan bahwa adopsi *e-commerce* memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar pada kinerja UKM. Ini juga konsisten dengan temuan Nurbayani et A pada tahun 2022, yang menemukan bahwa *e-commerce* secara signifikan dan menguntungkan mempengaruhi kelayakan jangka panjang perusahaan UKM. Formulasi hipotesis *e-commerce* berikut tentang kinerja UKM didasarkan pada deskripsi sebelumnya:

H1 : *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

### 2. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Kinerja UMKM

Kredit merupakan pemberian dana oleh lembaga keuangan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati. kredit yang diterima oleh pelaku UMKM dalam memenuhi kebutuhan usaha yang sedang mereka jalani sehingga usaha tersebut dapat berkembang. Dengan adanya kredit yang diperoleh diharapkan dapat membantu pelaku UMKM membuka peluang usaha, ataupun mendanai usaha yang sedang berlangsung.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Nurbayani dkk, (2019) menunjukkan bahwa pemberian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pelaku UMKM. Ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kismo Cahyono dan Bambang Suhada (2016) yang menunjukkan bagaimana pinjaman mempengaruhi kinerja UMKM di kota metro. Dengan informasi yang diberikan di atas, formulasi pinjaman berikut untuk Hipotesis Kinerja UMKM dapat dibuat:

H2: Pemberian Kredit Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kinerja UMKM

### 3. Pengaruh Pemahaman Akuntansi terhadap Kinerja UMKM.

Pemahaman terhadap aset, liabilitas dan ekuitas dimaksudkan untuk membantu dalam manajemen perusahaan untuk meningkatkan produktivitas. Kemampuan untuk mengelola dana dan

memahami akuntansi juga diperlukan untuk peningkatan kinerja, yang diprediksi akan menguntungkan aktor bisnis. Dalam penelitian Indra sukma subagio, dkk, (2020) menunjukkan bahwa informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini juga disampaikan oleh Nur Aida dan Nurbayani dalam penelitiannya bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis Pemahaman Akuntansi terhadap Kinerja UMKM dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM

#### **4. Pengaruh *E-commerce*, Pemberian Kredit, dan Pemahaman Akuntansi terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan uraian H1, H2, dan H3 maka H4 dirumuskan sebagai berikut

H4: *e-commerce*, pemberian kredit dan Pemahaman Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM

#### **5. Pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja UMKM Melalui Pemahaman Akuntansi**

Dengan adanya pemahaman akuntansi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM diharapkan memperkuat hubungan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM. Karena adanya *e-commerce* yang membantu dalam penjualan produk dan pemahaman akuntansi yang dapat memperkuat kinerja UMKM sehingga hipotesis lima H5 dapat dirumuskan sebagai berikut:

H5: *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi

#### **6. Pengaruh Pemberian Kredit Terhadap Kinerja Umkm Melalui Pemahaman Akuntansi**

Dengan adanya kredit yang diterima oleh para pelaku UMKM diharapkan dapat membantu dalam meningkatkan usaha yang mereka miliki dengan adanya pemahaman akuntansi diharapkan dapat memperkuat para pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerjanya karena dengan adanya pemahaman atau pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh para pelaku UMKM dapat dengan mudah dalam mengelola usahanya seperti pengeluaran dan pemasukan yang terjadi dalam aktivitas sehari-hari dalam menjalankan usaha. Dengan adanya kredit yang membantu dalam modal usaha atau mengembangkan usaha dan pemahaman akuntansi yang dapat memperkuat kinerja UMKM sehingga H6 dapat dirumuskan sebagai berikut:

H6 : pemberian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode survey dalam melaksanakan penelitian deskriptif, dimana kegunaan kuesioner dalam penelitian adalah untuk mengumpulkan informasi dari narasumber. Penelitian survey adalah penelitian yang dilaksanakan untuk menyatukan informasi dan dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan yang diajukan kepada responden menggunakan kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh sampel sebanyak 35 responden.

### **Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penyelidikan ini adalah sebagai berikut:

#### **Analisis statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengevaluasi data dengan menggambarkan atau mengkarakterisasi fakta-fakta yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, tanpa berusaha menarik kesimpulan atau generalisasi yang diterima secara universal. Menurut Cahyaningrum (2019:59), statistik deskriptif digunakan untuk mengevaluasi data karena mereka menyajikan data karena telah dikumpulkan tanpa mencoba membuat generalisasi atau kesimpulan yang dapat diterima oleh semua orang. Contoh

statistik deskriptif termasuk menyajikan data dalam tabel, grafik, diagram lingkaran, dan piktogram, sarana komputasi, median, dan ukuran lain dari kecenderungan sentral, desil dan persentil komputasi, spread komputasi, dan menghitung rata-rata dan standar deviasi. Dengan tujuan agar dapat mengetahui gambaran mengenai variabel penelitian yaitu, *e-commerce* terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi, pemberian kredit terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi serta pengaruh yang terdapat pada dua variabel tersebut secara bersama-sama terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

### Uji kualitas Data

Uji kualitas data digunakan untuk menguji tingkat kehandalan dan validitas instrument dalam kuesioner.

### Uji Validitas

Sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur disebut sebagai validitas. Keakuratan dan ketepatan teknik pengukuran terhubung ke reliabilitas. Nikolas Duli (2019:103), dengan adanya uji validitas peneliti dapat mengetahui sejauh mana responden menjawab sesuai dengan yang diharapkan peneliti. Tingkat signifikansi yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil sama dengan dari 0,05 maka indikator pertanyaan tersebut dikatakan valid dan apabila nilai signifikansi lebih besar 0,05 maka indikator pertanyaan tersebut tidak valid. Perbandingan antara  $r$  hitung dan  $r$  tabel menunjukkan bahwa  $r$  hitung harus lebih besar dari nilai  $r$  tabel, dengan menggunakan rumus  $df = (N - 2)$ .

### Uji Reabilitas

Reabilitas berada pada rentang angka 0 sampai 1,00 dimana nilai reabilitas yang mendekati angka 1,00 berarti pengukuran data dapat dikatakan semakin reliabel. Suatu variabel dikatakan reliabel pada penelitian ini apabila nilai cronbach alpha > nilai batas 06.

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas**

| Variabel                | Cronbach Alpha | Keterangan |
|-------------------------|----------------|------------|
| <i>E-commerce</i> (X1)  | 0,738          | Reliabel   |
| Pemberian Kredit (X2)   | 0,777          | Reliabel   |
| Pemahaman Akuntansi (Z) | 0,828          | Reliabel   |
| Kinerja UMKM (Y)        | 0,774          | Reliabel   |

Sumber: Hasil Data Diolah SPSS 21,2023

Berdasarkan hasil diatas dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dapat dikatakan reliabel dimana variabel X1 memiliki nilai *cronbach Alpha* 0,738, variabel X2 pemberian kredit memiliki nilai *cronbach Alpha* 0,777, variabel Z memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,828 dan variabel Y memiliki nilai *cronbach Alpha* 0,774.

### Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer sehubungan dengan penggunaan data tersebut, maka untuk mendapatkan model yang tepat dalam menganalisis maka perlu dilakukan pengujian. Menurut (Ghozali, 2018), Langkah awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda adalah uji asumsi tradisional. Tes ini dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak umum, konstan, dan memiliki estimasi yang akurat. Untuk mengetahui kelayakan penerapan model regresi dalam penelitian ini

maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas.

### Uji Normalitas

Tes uji asumsi klasik, yang digunakan sebagai prasyarat untuk mengevaluasi beberapa regresi linier, termasuk uji normalitas sebagai komponen. Ketika nilai signifikansi yang dihasilkan oleh uji Kolmogorov-Smirnov lebih dari 0,05, dimungkinkan untuk menentukan apakah data didistribusikan secara berkala. Tabel berikut menunjukkan temuan tes Kolmogorov-Smirnov, yang digunakan untuk menilai normal dalam penelitian ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardize<br>d Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------------|
| N                                |                | 35                          |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,0000000                    |
|                                  | Std. Deviation | 1,48676795                  |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,085                        |
|                                  | Positive       | ,069                        |
|                                  | Negative       | -,085                       |
| Test Statistic                   |                | ,085                        |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,200 <sup>c,d</sup>         |

- 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 primer Diolah SPSS 24, 2023

Sesuai dengan gambaran data diatas menunjukkan bahwa signifikansi yang dihasilkan pada pengujian normalitas menghasilkan nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Berdasarkan nilai yang dihasilkan tersebut sesuai dengan tabel diatas maka dapat dikatakan bahwa data penelitian ini memenuhi uji normalitas.

### Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dijalankan untuk melihat apakah kondisi asumsi tradisional dipenuhi. Jika tidak ada hubungan atau korelasi antara variabel independen, seperti yang dapat diamati dari hasil yang ditampilkan dalam tabel toleransi koefisien dan nilai VIF, menilai multikolinieritas data penelitian dianggap dapat dipraktikkan. Multicollinearity tidak terjadi jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10.00. Adapun hasil pengujian multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

| Model | Unstandardized<br>Coefficients | Standardize<br>d<br>Coefficients | t | Sig. | Collinearity<br>Statistics |
|-------|--------------------------------|----------------------------------|---|------|----------------------------|
|-------|--------------------------------|----------------------------------|---|------|----------------------------|

|                    | B      | Std. Error | Beta |        |      | Tolerance | VIF   |
|--------------------|--------|------------|------|--------|------|-----------|-------|
| 1 (Constant)       | -4,651 | 2,800      |      | -1,661 | ,107 |           |       |
| E-Commerce         | 1,019  | ,060       | ,826 | 16,859 | ,000 | ,911      | 1,097 |
| Pemberian Kredit   | ,048   | ,126       | ,052 | ,381   | ,706 | ,117      | 8,553 |
| Pemahaman Akutansi | ,187   | ,097       | ,266 | 1,925  | ,063 | ,114      | 8,734 |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 24, 2023

Hasil uji multikolinieritas di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Nilai tolerance *E-commerce* 0,911 > 0,10 dan nilai VIF 1,097 < 10,00
- 2) Nilai tolerance Pemberian kredit 0,117 > 0,10 dan nilai VIF 8,553 < 10,00
- 3) Nilai tolerance Pemahaman Akutansi 0,114 > 0,10 dan nilai VIF 8,734 < 10,00

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut atau tidak terjadi korelasi antar variabel independen pada dalam penelitian ini.

### Uji Heterokedastisitas

Pengujian Asumsi Klasik yang merupakan prasyarat untuk pengujian regresi linier berganda, termasuk uji heteroskedastisitas sebagai salah satu komponennya. Analisis regresi linier berganda dapat dilakukan pada data penelitian jika tidak ada tanda -tanda heteroskedastisitas. Data penelitian mendukung hipotesis heteroskedastisitas, oleh karena itu analisis regresi linier berganda dapat berlangsung. Data penelitian memenuhi asumsi heterokedastisitas dapat dinilai ketika nilai signifikansi > 0,05. Pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah uji glesjer.

**Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients Beta | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error |                                |       |      |
| 1 (Constant)       | ,502                        | 1,861      |                                | ,270  | ,789 |
| E-Commerce         | ,032                        | ,040       | ,149                           | ,799  | ,430 |
| Pemberian Kredit   | ,016                        | ,084       | ,097                           | ,187  | ,853 |
| Pemahaman Akutansi | -,020                       | ,065       | -,163                          | -,310 | ,759 |

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data Primer, diolah SPSS 24, 2023

Berdasarkan data diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig e-commerce 0,430 > 0,05
- 2) Nilai Sig Pemberian Kredit 0,853 > 0,05
- 3) Nilai Sig Pemberian Kredit 0,759 > 0,05

Berdasarkan interpretasi dari pengujian heterokedastisitas di atas maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini memenuhi kriteria pengujian heterokedastisitas karena nilai signifikansi > 0,05.

### Analisis Regresi Linera Berganda

Studi dengan beberapa variabel independen biasanya menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan, menurut Ghozali (2018), untuk memastikan arah dan tingkat efek variabel independen pada variabel dependen. Untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh secara signifikan atau tidak maka dibutuhkan sebuah persamaan sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3Z + e$$

Dimana

- Y = Kinerja UMKM
- $\beta_0$  = konstan
- $X_1$  = *e-commerce*
- $X_2$  = pemberian kredit
- Z = pemahaman akuntansi
- $\beta_1$  = koefisien dari variabel *e-commerce*
- $\beta_2$  = koefisien dari variabel pemberian kredit
- $\beta_3$  = koefisien dari variabel pemahaman akuntansi
- e = *error term*

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Analisis regresi berganda ini digunakan untuk memprediksi ketergantungan variabel dependen (terikat) yang lebih dari satu variabel independen. Hasil regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |        |      | Correlations |         |      |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|--------------|---------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      | t      | Sig. | Zero-order   | Partial | Part |
| 1 (Constant)       | -4,651                      | 2,800      |                           | -1,661 | ,107 |              |         |      |
| E-Commerce         | 1,019                       | ,060       | ,826                      | 16,859 | ,000 | ,917         | ,950    | ,788 |
| Pemberian Kredit   | ,048                        | ,126       | ,052                      | ,381   | ,706 | ,515         | ,068    | ,018 |
| Pemahaman Akutansi | ,187                        | ,097       | ,266                      | 1,925  | ,063 | ,557         | ,327    | ,090 |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: data Primer diolah SPSS 24, 2023

Uji t (parsial) dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat dengan melihat nilai signifikansi (Sig) dan nilai probabilitas. Jika nilai signifikansi (sig) < dari nilai probabilitas 0,05 atau 0,10 maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan data pada tabel 4.10 variabel *e-commerce* menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai probabilitas < 0,05. Maka berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

Berdasarkan data pada tabel 4.10 variabel pemberian kredit menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,705 dengan nilai probabilitas > 0,05 atau 0,10. Maka berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan pemberian kredit tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan data pada tabel 4.10 variabel pemahaman akuntansi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,063 dengan nilai probabilitas < 0,10. Maka berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM.

### Uji F (uji simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut tabel pengujian F (uji simultan) dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 7 Hasil Uji Simultan  
ANOVA<sup>a</sup>**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F       | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 Regression | 923,842        | 3  | 307,947     | 142,208 | ,000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 67,130         | 31 | 2,165       |         |                   |
| Total        | 990,971        | 34 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Pemahaman Akutansi, E-Commerce, Pemberian Kredit

Sumber: sumber data diolah, SPSS 24 2023

pada tabel uji simultan di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan nilai signifikansi 0,05 dan nilai F hitung 142,208 > Ftabel 2,90. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa variabel e-commerce, pemberian kredit dan pemahaman akuntansi secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja UMKM.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam merangkai variabel terikat. Dalam penelitian ini untuk dapat mengetahui variabel e-commerce, pemberian kredit, pemahaman akuntansi terhadap kinerja UMKM nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 (0 < R < 1).

**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

#### Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,966 <sup>a</sup> | ,932     | ,926              | 1,472                      |

a. Predictors: (Constant), Pemahaman Akutansi, E-Commerce, Pemberian Kredit

Sumber: data primer diolah SPSS 24,2023

Berdasarkan data tersebut didapatkan R<sup>2</sup> senilai 0,932 atau tingkat persentase 93,2 %. Hal tersebut menandakan bahwa pengaruh e-commerce, pemberian kredit, pemahaman akuntansi terhadap kinerja

UMKM di kota Makassar adalah 93,2 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang berada diluar penelitian ini.

### Uji Pengaruh Mediasi

Untuk mengetahui efek mediasi pada variabel pemahaman akuntansi dapat dilihat dari nilai BootLLCI dan nilai BootULCI jika tidak mencakup nilai nol maka estimasi signifikansi dan terjadi efek mediasi berikut hasil efek mediasi e-commerce (X1) terhadap Kinerja (Y) melalui Pemahaman Akuntansi (Z).

**Tabel 9 Hasil Uji Mediasi e-commerce terhadap Kinerja melalui pemahaman Akuntansi**

| Direct effect of X on Y                               |        |          |          |       |        |       |
|---|--------|----------|----------|-------|--------|-------|
| Effect  | se     | t        | p        | LLCI  | ULCI   | c' cs |
| 1,0176  | ,0595  | 17,0922  | ,0000    | ,8963 | 1,1388 | ,8246 |
| Indirect effect(s) of X on Y:                         |        |          |          |       |        |       |
| Effect  | BootSE | BootLLCI | BootULCI |       |        |       |
| Z   | ,1142  | ,0682    | -,0043   | ,2623 |        |       |
| Completely standardized indirect effect(s) of X on Y: |        |          |          |       |        |       |
| Effect  | BootSE | BootLLCI | BootULCI |       |        |       |
| Z   | ,0925  | ,0499    | -,0038   | ,1929 |        |       |

Sumber: data primer diolah SPSS; 2023

Berdasarkan hasil uji process Macro by Andrew F.Hayes (2022) versi 9 dapat dilihat bahwa indirect effect dimana nilai pemahaman akuntansi sebagai variabel mediasi sebesar 0,1142 dengan nilai BootLLCI sebesar -0,0043 dan nilai BootULCI sebesar 0,2623 berdasar hal tersebut menandakan bahwa efek pengaruh bergerak pada angka 0 atau dibawah nol yang mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh mediasi, atau pengaruh tidak langsung variabel e-commerce terhadap Kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

**Tabel 10 Uji Mediasi Pemberian Kredit Terhadap Kinerja UMKM Melalui Pemahaman Akuntansi**

| Direct effect of X on Y                               |        |          |          |        |       |        |
|---|--------|----------|----------|--------|-------|--------|
| Effect  | se     | t        | p        | LLCI   | ULCI  | c' cs  |
| -,0651  | ,394   | -,1650   | ,8700    | -,8684 | ,7383 | -,0707 |
| Indirect effect(s) of X on Y:                         |        |          |          |        |       |        |
| Effect  | BootSE | BootLLCI | BootULCI |        |       |        |
| Z   | ,5394  | ,3930    | -,3666   | 1,2312 |       |        |
| Completely standardized indirect effect(s) of X on Y: |        |          |          |        |       |        |
| Effect  | BootSE | BootLLCI | BootULCI |        |       |        |
| Z   | ,5860  | ,4381    | -,3602   | 1,3804 |       |        |

Sumber:  
 data primer  
 diolah  
 SPSS 24,  
 2023

Berdasarkan hasil uji process Macro by Andrew F.Hayes (2022) versi 10 dapat dilihat bahwa indirect effect dimana nilai pemahaman akuntansi sebagai variabel mediasi sebesar 0,5394 dengan nilai BootLLCI

sebesar -0,3666 dan nilai BootULCI sebesar 1,2312 berdasarkan hal tersebut menandakan bahwa efek pengaruh bergerak pada angka 0 atau dibawah nol yang mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh mediasi, atau pengaruh tidak langsung variabel e-commerce terhadap Kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

## **PEMBAHASAN**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari e-commerce dan Pemberian kredit terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi pada pelaku UMKM yang ada di kota Makassar. Adapun hasil pembahasan variabel dan hipotesis adalah sebagai berikut:

### **1. Pengaruh E-commerce terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil analisis pada uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa e-commerce tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dimana pada pengujian t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan nilai probabilitas  $< 0,10$ . Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan H1 diterima, yaitu e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Studi ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Nurbayani dan Nur Aida, yang studinya berjudul "Peran Implementasi E-Commerce dan Literasi Keuangan dalam Keberlanjutan Perusahaan Mikro, Kecil dan Menengah di Era Normal Baru dari Covid-19 Pandemic Di kota Makassar, "dan yang temuannya menunjukkan dampak positif dan signifikan yang dimiliki e-commerce terhadap keberlangsungan bisnis.

### **2. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil analisis pada uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Pemberian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dimana pada hasil uji t (uji parsial) menunjukkan nilai signifikansi 0,706 dengan nilai probabilitas  $> 0,10$ , berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, yaitu pemberia kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sri Ayem dan Umi Wahidah (2021) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan UMKM di kota Yogyakarta, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemberia kredit berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

### **3. Pengaruh Pemahaman Akuntansi terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil analisis pada uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM, dimana pada pengujian hipotesis uji t (uji Parsial) menunjukkan nilai signifikansi 0,063 dengan nilai probabilitas  $< 0,10$ , berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan H3 diterima, yaitu pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nur Aida dan Nurbayani (2022), dengan judul peran Implementasi e-commerce dan literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha Mikro Kecil dan Menengah Era New Normal Pandemi Covid 19 di kota Makassar, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan keberlangsungan usaha pelaku UMKM.

### **4. Pengaruh E-commerce, Pemberia Kredit, dan Pemahaman Akuntansi, terhadap Kinerja UMKM**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial e-commerce, pemberian kredit dan pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Makassar. Dimana hasil pada uji simultan menunjukkan nilai signifikansi 0,000 dengan nilai probabilitas  $< 0,05$  berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan H4 diterima, yaitu e-commerce, pemberian kredit dan pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM yang ada di kota Makassar.

#### **5. Pengaruh E-commerce terhadap Kinerja UMKM melalui Pemahaman Akuntansi**

Berdasarkan hasil analisis pada uji pengaruh mediasi menggunakan program process bahwa tidak ada pengaruh mediasi antara e-commerce terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi dimana nilai pemahaman akuntansi sebagai variabel mediasi sebesar 0,1142 dengan nilai BootLLCI sebesar -0,0043 dan nilai BootULCI sebesar 0,2632 berdasarkan hal tersebut menandakan bahwa efek pengaruh bergerak pada angka 0 atau dibawah nol yang mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh mediasi, atau pengaruh tidak langsung variabel e-commerce terhadap Kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

#### **6. Pengaruh Pemberian Kredit terhadap Kinerja UMKM melalui Pemahaman Akuntansi**

Berdasarkan hasil analisis pada uji pengaruh mediasi menggunakan program process pada SPSS menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh mediasi antara pemberian kredit terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi dimana nilai pemahaman akuntansi sebagai variabel mediasi sebesar 0,5394 dengan nilai BootLLCI sebesar -0,3666 dan nilai BootULCI sebesar 1,2312 berdasarkan hal tersebut menandakan bahwa efek pengaruh bergerak pada angka 0 atau dibawah nol yang mengandung arti bahwa tidak ada pengaruh mediasi, atau pengaruh tidak langsung variabel e-commerce terhadap Kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurbayani dkk (2019) dengan judul peran pemberian kredit terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi pada pelaku UMKM, dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pemberian kredit tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan Hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, kemudian ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM
2. Pemberian kredit tidak berpengaruh Positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.
3. Pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM dimana nilai signifikan, 0,063 dengan nilai probabilitas  $< 0,10$ .
4. E-commerce, pemberian kredit dan pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM yang ada di Kota Makassar.
5. E-commerce tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi.
6. Pemberian kredit tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM melalui pemahaman akuntansi

### **DAFTAR PUSTAKA**

Abdullah, T. (2014). Lembaga Keuangan. *Bank Dan Lembaga Keuangan*, 1(4318).

Abdullah, T. dan shinta W. (2018). *Bank dan Lembaga keuangan Lainnya*. 144.

Auliah, M. R., & Kaukab, M. E. (2019). Pengaruh tingkat pendidikan, pemahaman akuntansi, dan pelatihan penyusunan laporan keuangan terhadap pelaporan keuangan umkm berdasarkan sak etap (studi kasus pada Umkm di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*

- (*JEBE*), 1(1), 131–139.
- Ayem, S., & Wahidah, U. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Keuangan UMKM Di Kota Yogyakarta. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(1), 1–9.
- Bahri, S. (2020). *Pengantar Akuntansi Berdasarkan SAK ETAP dan IFRS (EDISI III)*. Penerbit Andi.
- Cahyaningrum, I. M. I. P. & I. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Deepublish.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. Deepublish.
- EHan, E. S. (2019). goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee. *Journal E-Commerce,* " *J. Chem. Inf. Model*, 53(9), 1689–1699.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hery. (2019). *Akuntansi Aktiva = Utang + Modal*. Jakarta: Grasindo.
- Hetika, H., & Mahmudah, N. (2017). Penerapan Akuntansi Dan Kesesuaiannya Dengan Sak Etap Pada Umkm Kota Tegal. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 259–266.
- Houtsuite and We Are Social. (n.d.). *Digital in 2022: Essential Insight Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use in Indonesia*. Retrived. <https://andi.link/houtsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Indriyati, M. (2018). *Pengaruh kualitas laporan keuangan dan pemberian kredit terhadap perkembangan UKM Gerabah Kasongan*.
- Kasmir, S. E. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi*.
- Kasmir, S. E. (2018). *analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:Rajagrafindo Persada.
- Keiso, D. E., Weygant, J. J., & terry D. warfield. (2014). *Intermediate Accounting. IFRS edition* (second edi). USA: NJ John Wiley & Sons, Inc.
- Kementrian Keuangan RI Ditjen Perbendaharaan. (2022). *PIP Dukung Penguatan Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Indonesia*. <https://pip.kemenkeu.go.id/id/data-publikasi/berita-terbaru/123-pip-dukung-penguatan-kontribusi-umkm-terhadap-ekonomi-indonesia.html>
- kompas.com. (2022). Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia Capai Rp 108,54 Triliun di Kuartal I-2022. *Kompas.Com*. <https://money.kompas.com/read/2022/08/03/211200826/nilai-transaksi-e-commerce-indonesia-capai-rp-108-54-triliun-di-kuartal-i-2022?page=all>
- Laudon, K., dan Laudon, J. (2009). *Management Information Systems: International Edition* (11/E). Pearson Higher Education.
- LESTARI, P. A. (n.d.). *PENGARUH SISTEM INFORMASI DAN PEMANFAATAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA USAHA KECIL*.
- Lohanda, D. (2017). *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pemahaman Akuntansi, dan Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Terhadap Pelaporan Keuangan UMKM Berdasarkan SAK ETAP (Studi Kasus Pada UMKM Kerajinan Batik di Kecamatan Kraton Yogyakarta)*.
- Nofitasari. (2022). Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Kinerja UMKM Pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Pada Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 4.
- Nurbayani, Muliana, M. G. (2019). Peran Pemberian kredit Terhadap Kinerja Usaha Melalui Pemahaman Akuntansi pada Pelaku UMKM di Kota Makassar. *Journal Of Management & Business*, 3(1)(73–82).
- Nurdin, Ismail & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Nursani, et al. (2019). *Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, harga, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Akan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen E-Commerce (studi pada Mahasiswa*

- UNISMA). *Universitas PGRI Yogyakarta*.
- Santoso, I. H. (2019). *Statistik II*. UWKS Press.
- Sidauruk, T. D. (2021). *Pengantar Akuntansi 1*. Jakarta: Bintang Pustaka Madani.
- Subagio, I. S., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh E-Commerce Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Purbalingga. *J-LEE-Journal of Law, English, and Economics*, 2(01), 1–14.
- Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2019b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Suhendar. (2020). *Pengantar Akuntansi*. Indramayu:Penerbit Adab.
- Triandra, N., Hambali, D., & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1).
- Utama, W. K. (2016). *Pengaruh Entrepreneurial Networking terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Umkm di Kota Medan)*. Universitas Sumatera Utara.