

# Pengaruh Persepsi Pemilik terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Pengetahuan Akuntansi, dan Peran E-Commerce terhadap Kinerja UMKM

Aniqotunnafiah<sup>1\*</sup> dan Avivah Rahmaningtyas<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Accounting, ITBS, Semarang, Indonesia

<sup>2</sup> Agrobusiness, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

\*umianiqoh57@gmail.com

Submitted: December 12th, 2025 Revised: December 15th, 2025 Accepted: December 20th, 2025 Published: December 22th, 2025

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi pemilik usaha terhadap penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan peran e-commerce terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Pati. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 pelaku UMKM yang ditentukan menggunakan teknik simple random sampling berdasarkan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemilik dalam penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan peran e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Uji koefisien determinasi mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen tersebut mampu menjelaskan kinerja UMKM sebesar 58,7%, sedangkan 41,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

**Kata kunci:** persepsi pemilik, Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, e-commerce, kinerja UMKM

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi daerah maupun nasional. Lestari & Indarto (2019) menyatakan bahwa UMKM menjadi wujud nyata pertumbuhan ekonomi umat karena mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat serta menciptakan lapangan pekerjaan dalam skala luas. Peran strategis UMKM juga ditegaskan oleh Kusumawardani (2022), yang menyebutkan bahwa sektor ini sebagian besar berkembang dari industri rumahan yang dikelola secara mandiri dan berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja. Kontribusi tersebut diperkuat oleh temuan (Audy Herlina Puspitasari & Condro Widodo, 2024), bahwa UMKM memberikan sumbangan signifikan terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), nilai ekspor, dan investasi nasional.

Fenomena tingginya tingkat kemiskinan di negara berkembang seperti Indonesia juga menjadikan pengembangan UMKM sebagai strategi penting dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Berdasarkan siaran pers (Perekonomian, 2025), UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, sehingga sektor ini menjadi tulang punggung perekonomian. Jumlah UMKM secara nasional tercatat lebih dari 64 juta unit. Di tingkat regional, perkembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah juga menunjukkan tren peningkatan pada periode

2019–2022. Jumlah UMKM di sektor produksi non-pertanian, pertanian, perdagangan, dan jasa terus meningkat dari tahun ke tahun, menunjukkan kesuksesan berbagai kebijakan pemerintah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif dan menarik investasi daerah.

Kabupaten Pati sebagai salah satu wilayah di Provinsi Jawa Tengah turut mencerminkan pertumbuhan tersebut. Dengan 14.000 unit UMKM tersebar di berbagai sektor seperti makanan dan minuman, pertanian, tekstil, percetakan, dan jasa, Kabupaten Pati menjadi salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Data Dinas Koperasi UMKM (2022) menunjukkan bahwa mayoritas UMKM di Kabupaten Pati bergerak dalam industri pengolahan, perdagangan, serta jasa. Setiap sektor memiliki karakteristik, sistem pengelolaan, dan strategi pemasaran yang berbeda, sehingga diperlukan penguatan literasi finansial dan kemampuan manajerial agar UMKM dapat bersaing secara berkelanjutan.

Kinerja UMKM pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola informasi keuangan. Yuanita et al. (2024) menegaskan bahwa laporan keuangan berfungsi sebagai alat untuk menganalisis kondisi usaha, sehingga pemilik dapat mengetahui posisi keuangan dan tingkat profitabilitasnya. Namun kenyataannya, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya pengetahuan akuntansi, pencatatan yang sederhana, serta keterbatasan sumber daya manusia. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha kesulitan mengukur perkembangan bisnisnya, termasuk penilaian laba, perputaran modal, maupun peningkatan omzet.

Secara konseptual, kinerja usaha dapat diukur melalui dua perspektif. Pertama, perspektif kuantitatif yang mencakup efisiensi, produktivitas, revenue, likuiditas, dan pangsa pasar (Adi Candra & Kusumawardani, 2025). Kedua, perspektif kualitatif seperti kepuasan pelanggan, inovasi, perilaku karyawan, dan gaya kepemimpinan. Permasalahan yang sering terjadi pada UMKM, seperti kurangnya branding, minimnya inovasi, dan lemahnya pencatatan keuangan, menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum memiliki persepsi yang memadai mengenai pentingnya informasi akuntansi dalam pengelolaan usaha.

Persepsi pemilik usaha menjadi faktor penting karena setiap pemilik memiliki cara pandang yang berbeda terhadap manajemen usaha. KBBI mendefinisikan persepsi sebagai proses seseorang dalam menerima dan menginterpretasikan stimulus melalui pancaindra, sedangkan Astiani (2017) menjelaskan bahwa persepsi setiap individu dapat berbeda bergantung pada pengalaman dan pemahaman yang dimiliki. (Komang & Putri, 2024) menegaskan bahwa pemilik usaha yang memahami informasi akuntansi akan memberikan perhatian lebih pada penyusunan laporan keuangan sesuai standar, sehingga dapat meningkatkan kualitas pengambilan keputusan usaha.

Selain persepsi, pengetahuan akuntansi juga berpengaruh terhadap kemampuan UMKM dalam mengelola aktivitas keuangan. (Prasiami et al., 2025) menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi menentukan kemampuan pelaku UMKM dalam menghitung laba-rugi secara tepat. (Sabila & Akbar, 2025) menambahkan bahwa UMKM yang mampu mengelola akuntansi dengan baik cenderung memiliki kinerja lebih baik karena dapat mengoptimalkan keuntungan dan mengendalikan biaya secara efektif. Sebaliknya, pengetahuan akuntansi yang rendah dapat menyebabkan kegagalan manajemen termasuk kesalahan pencatatan keuangan, ketidakakuratan data, dan kesulitan dalam menentukan strategi usaha (Winda et al., 2022).

Di era digital, pelaku UMKM juga dituntut untuk memanfaatkan teknologi sebagai media pemasaran dan perluasan jaringan usaha. E-commerce menjadi salah satu solusi strategis dalam meningkatkan daya saing. (Sabila & Akbar, 2025) menjelaskan bahwa e-commerce merupakan media pemasaran berbasis internet dalam model B2B maupun B2C yang mempermudah proses transaksi dan distribusi informasi. (Susanti et al., 2023) menekankan bahwa penggunaan e-commerce dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan efisiensi pemasaran, serta mendukung pengembangan bisnis UMKM. Informasi dari Komdigi (2021) menunjukkan bahwa bisnis e-commerce meningkat pesat

dengan pertumbuhan sebesar 33,2%, didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang menginginkan transaksi cepat dan praktis.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh persepsi pemilik, pengetahuan akuntansi, dan peran e-commerce terhadap kinerja UMKM menunjukkan temuan yang beragam. menemukan bahwa persepsi pemilik berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan (Meylani & Ismunawan, 2022; Susanti et al., 2023) menemukan bahwa persepsi pemilik tidak berpengaruh signifikan. Temuan berbeda juga ditunjukkan oleh (Safitri & Badjuri, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi pemilik berpengaruh negatif signifikan. Pada variabel pengetahuan akuntansi, (Komang & Putri, 2024) dan (N. Lestari & Rustiana, 2019) menemukan adanya pengaruh positif signifikan, sementara menemukan bahwa pengetahuan akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Variabel e-commerce juga menunjukkan hasil yang inkonsisten: penelitian (Subagio & Saraswati, 2021; Rusdi et al., 2022) menemukan bahwa e-commerce tidak berpengaruh signifikan, sedangkan (Susanti et al., 2023) menemukan pengaruh positif signifikan.

Adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya *research gap* yang perlu dianalisis lebih lanjut. Penelitian ini mengacu pada penelitian (N. Lestari & Rustiana, 2019), namun dengan penambahan variabel e-commerce sebagaimana dilakukan (Subagio & Saraswati, 2021). Penelitian ini memiliki orisinalitas pada kombinasi variabel, fokus wilayah penelitian di Kabupaten Pati, serta integrasi analisis terhadap tiga faktor utama yang memengaruhi kinerja UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh persepsi pemilik dalam penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan peran e-commerce terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Pati.

## LANDASAN TEORI

Agency Theory menjelaskan hubungan antara principal dan agent yang memiliki kepentingan berbeda. Dalam konteks UMKM, pemilik sering berperan ganda sebagai pengelola sehingga mekanisme pengendalian melalui pengetahuan akuntansi dan penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) menjadi penting untuk meminimalkan asimetri informasi dan memastikan pengelolaan usaha berjalan efektif. Teori ini menjadi dasar bahwa perilaku pemilik dalam memahami informasi, mengelola transaksi, dan memanfaatkan teknologi akan mempengaruhi pengambilan keputusan dan pada akhirnya berdampak pada kinerja usaha.

Kinerja UMKM merupakan cerminan kemampuan usaha dalam mencapai tujuan bisnis yang dapat dilihat melalui indikator kuantitatif seperti pertumbuhan pendapatan, efisiensi, dan produktivitas, serta indikator kualitatif seperti inovasi, kepuasan pelanggan, dan perilaku organisasi. Kinerja yang baik menunjukkan keberhasilan UMKM dalam mengelola sumber daya, merespons perubahan lingkungan bisnis, serta mempertahankan keberlanjutan operasional (Meylani & Ismunawan, 2022). Oleh karena itu, faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pemilik dan sistem pengelolaan usaha sangat menentukan tingkat kinerja UMKM.

Persepsi owner berperan dalam menentukan keputusan strategis usaha karena persepsi merupakan proses menafsirkan informasi yang memengaruhi tindakan. Persepsi ini terbentuk dari faktor seperti penetapan harga, promosi usaha, lokasi, inovasi, manajemen risiko, dan keuletan pemilik dalam menjalankan usaha. Ketika pemilik memiliki persepsi yang baik terhadap peluang dan kondisi usaha, keputusan yang diambil akan lebih tepat sehingga mampu meningkatkan performa UMKM.

Pengetahuan akuntansi juga menjadi elemen penting dalam pengelolaan usaha. Pengetahuan ini mencakup pemahaman mengenai pencatatan, penggolongan, dan penyajian informasi keuangan, baik dalam bentuk pengetahuan deklaratif maupun prosedural. Pemilik yang memiliki pengetahuan akuntansi yang lebih baik cenderung mampu menghasilkan informasi keuangan yang akurat,

memahami kondisi keuangan usaha, dan mengambil keputusan yang lebih rasional. Informasi yang akurat membantu pemilik mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kemampuan untuk menyusun strategi bisnis yang efektif.

Selanjutnya, penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memberikan kontribusi penting bagi UMKM karena SIA berfungsi untuk mengumpulkan, mencatat, memproses, dan menyajikan informasi keuangan yang diperlukan bagi pengambilan Keputusan (Winda et al., 2022). Sistem yang berjalan dengan baik akan meningkatkan efisiensi proses pencatatan, ketepatan informasi, serta pengendalian internal, sehingga memberikan dasar yang kuat bagi pemilik untuk memonitor usaha dan meningkatkan kinerja. Pemanfaatan teknologi dalam SIA juga membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan digital dan mempercepat proses administrasi keuangan.

Selain itu, e-commerce menjadi salah satu sarana penting bagi UMKM di era digital. E-commerce mencakup aktivitas pemasaran, penjualan, dan transaksi barang atau jasa melalui internet yang memungkinkan UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, dan mengoptimalkan proses bisnis. Pemanfaatan e-commerce membantu UMKM menekan biaya pemasaran, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta memberikan akses informasi pasar secara lebih cepat. Dengan demikian, penggunaan e-commerce dapat memperkuat daya saing UMKM dan memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja usaha..

## METODE

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan arah dan kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sekaligus memprediksi perubahan nilai variabel dependen berdasarkan peningkatan atau penurunan variabel independennya. Dalam penelitian ini, regresi linier berganda dioperasikan untuk melihat bagaimana persepsi owner dalam penggunaan SIA, pengetahuan akuntansi, dan peran e-commerce memengaruhi kinerja UMKM. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai:

$$KWP = \alpha + \beta_1 PO + \beta_2 PA + \beta_3 PE + e,$$

di mana KWP merupakan kinerja UMKM,  $\alpha$  adalah konstanta, PO menunjukkan persepsi owner dalam penggunaan SIA, PA mengacu pada pengetahuan akuntansi, PE menggambarkan peran e-commerce,  $\beta_1$ – $\beta_3$  merupakan koefisien regresi masing-masing variabel independen, dan  $e$  adalah error.

Uji parsial (t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam model regresi. Melalui uji ini dapat dilihat apakah hubungan yang terbentuk antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat signifikan secara statistik. Penentuan signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi setiap variabel dengan batas  $\alpha = 0,05$ . Apabila nilai signifikansi suatu variabel  $< 0,05$ , maka variabel tersebut dinyatakan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengungkap data yang sebenarnya dari responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment melalui software SPSS versi 25. Suatu item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung lebih besar daripada  $r$ -tabel, yaitu 0,197, atau jika nilai signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05. Hasil uji validitas yang ditunjukkan pada Tabel 4.14 memperlihatkan bahwa seluruh item pada variabel Persepsi Owner dalam Penggunaan SIA, Pengetahuan Akuntansi, Peran E-Commerce, dan Kinerja UMKM memiliki nilai  $r$ -hitung yang lebih besar dari  $r$ -tabel sehingga seluruh item tersebut dinyatakan valid. Selain itu, berdasarkan uji signifikansi yang ditampilkan pada Tabel 4.15, seluruh

item memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga seluruh indikator dari keempat variabel penelitian ini juga dapat dinyatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang sama secara berulang. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang ditampilkan pada Tabel 4.16, seluruh variabel penelitian, yaitu Persepsi Owner dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Pengetahuan Akuntansi, Peran E-Commerce, serta Kinerja UMKM, memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,6. Dengan demikian, keseluruhan variabel dinyatakan reliabel karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S), dan data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 melebihi batas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah terjadi korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dikatakan bebas multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Owner memiliki tolerance 0,541 dan VIF 1,848; Pengetahuan Akuntansi memiliki tolerance 0,584 dan VIF 1,713; dan Peran E-Commerce memiliki tolerance 0,662 dan VIF 1,510. Seluruh nilai tersebut memenuhi kriteria, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji kesamaan varian residual pada setiap tingkat prediksi. Pengujian dilakukan menggunakan metode Glejser, di mana indikator dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, yaitu Persepsi Owner sebesar 0,483, Pengetahuan Akuntansi sebesar 0,790, dan Peran E-Commerce sebesar 0,616. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

Uji F digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara simultan. Model dinyatakan layak apabila menghasilkan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4.20, diperoleh nilai F hitung sebesar 47,972 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dalam penelitian ini dinyatakan fit dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 1. Analisis regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
<b>Model</b>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
		B	Std. Error	Beta	
<b>1</b>	(Constant)	3.44	1.435		2.399
	persepsi owner	.332	.077	.376	4.289
	pengetahuan ak	.212	.080	.226	2.671
	e-commerce	.291	.073	.318	4.002

Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil analisis yang ditunjukkan pada Tabel 1. menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{Kinerja UMKM} = 3,442 + 0,332 \text{ PO} + 0,212 \text{ PA} + 0,291 \text{ E-Commerce} + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa ketika variabel independen tidak berubah, nilai Kinerja UMKM berada pada angka konstanta 3,442. Koefisien Persepsi Owner sebesar 0,332 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan persepsi owner akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,332 satuan. Koefisien Pengetahuan Akuntansi sebesar 0,212 menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sementara itu, koefisien Peran E-Commerce sebesar 0,291 menunjukkan bahwa peningkatan pemanfaatan e-commerce berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Berdasarkan

**Tabel 2 Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
<b>Model</b>	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
<b>1</b> (Constant)	3.442	1.435		2.399	.018
persepsi owner	.332	.077	.376	4.289	.000
pengetahuan ak	.212	.080	.226	2.671	.009
peran e-commerce	.291	.073	.318	4.002	.000

a. Dependent Variable: kinerja UMKM

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Tabel 2, variabel Persepsi Owner memiliki nilai t-hitung sebesar 4,289 yang lebih besar dari t-tabel 1,985 dan nilai signifikansi 0,000, sehingga berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Variabel Pengetahuan Akuntansi memiliki nilai t-hitung 2,671 dengan signifikansi 0,009, sehingga juga berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Selain itu, variabel Peran E-Commerce memiliki nilai t-hitung 4,002 dengan signifikansi 0,000, sehingga berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian ketiga hipotesis penelitian dinyatakan terbukti.

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

**Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>						
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>	<b>Change Statistics</b>	
					<b>R Square Change</b>	<b>F Change</b>
<b>1</b>	.775 <sup>a</sup>	.600	.587	1.339	.600	47.972
<b>a. Predictors: (Constant), peran e-commerce, pengetahuan ak, persepsi owner</b>						
<b>b. Dependent Variable: kinerja UMKM</b>						

Berdasarkan Tabel 3, nilai Adjusted R Square sebesar 0,587 menunjukkan bahwa 58,7% variasi kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh 6 variabel Persepsi Owner, Pengetahuan Akuntansi, dan Peran E-Commerce, sementara sisanya 41,3% dipengaruhi oleh 6 variabel lain di luar model



**Tabel 4.** Uji Hipotesis

Variables Independen	Variabel Dependen	Kesimpulan
Persepsi Pemilik	Kinerja UMKM	Positif Signifikan
Sistem Informasi Akuntansi	Kinerja UMKM	Positif Signifikan
Pengetahuan Akuntansi	Kinerja UMKM	Positif Signifikan
Peran E-Commerce	Kinerja UMKM	Positif Signifikan

Sumber: Data Diolah, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi owner dalam penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Mayoritas responden, yaitu 56%, menyatakan sangat setuju terhadap manfaat penggunaan SIA dalam usaha mereka. Ketika owner memiliki persepsi positif terhadap sistem informasi akuntansi, kegiatan operasional usaha menjadi lebih terstruktur dan sistematis sehingga dapat meningkatkan kinerja. Temuan ini didukung oleh penelitian Safitri dan Badjuri (2022) serta Ayem et al. (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi owner berpengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi dan kinerja UMKM.

Hasil penelitian membuktikan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Sebanyak 61% responden memiliki pengetahuan akuntansi yang baik, yang mendukung peningkatan kinerja usaha. Pemilik usaha yang memahami proses pencatatan dan pelaporan akuntansi dapat mengelola usaha secara lebih efektif. Hasil ini sejalan dengan penelitian Setiawati et al. (2021) serta (N. Lestari & Rustiana, 2019) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan e-commerce berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Sebanyak 56% responden sangat setuju bahwa e-commerce membantu meningkatkan kinerja usaha. Pemanfaatan e-commerce memungkinkan pelaku usaha menjangkau lebih banyak konsumen, melakukan promosi tanpa batas ruang dan waktu, serta menekan biaya pemasaran. Hasil ini konsisten dengan penelitian Setiawati et al. (2021) yang menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi owner dalam penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan peran E-Commerce terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh, penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi owner dalam menggunakan Sistem Informasi Akuntansi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman dan penerimaan owner terhadap pentingnya sistem informasi akuntansi, semakin optimal pula kinerja usaha yang dijalankan.

Selain itu, pengetahuan akuntansi juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam mengelola pencatatan dan laporan keuangan berperan penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional usaha.

Selanjutnya, peran E-Commerce terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Pemanfaatan platform E-Commerce mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan, serta mendorong proses bisnis yang lebih modern dan kompetitif.

Secara keseluruhan, ketiga variabel—persepsi owner dalam penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, pengetahuan akuntansi, dan peran E-Commerce—memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan kinerja UMKM, sehingga menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan usaha kecil dan menengah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Candra, V., & Kusumawardani, A. (2025). Pengaruh likuiditas, leverage, sales growth dan firm size terhadap perusahaan manufaktur: studi pada Bursa Efek Indonesia tahun 2024. *DONESIA TAHUN 2024. Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 77–91. <https://doi.org/10.26623/jreb.v18i1.12325>
- Audy Herlina Puspitasari, & Condro Widodo. (2024). Peranan Nomor Induk Berusaha (NIB) Sebagai Legalitas Usaha Bagi Pertumbuhan Bisnis UMKM Tape Semen Bu Suwarti. *MENGABDI : Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(4), 17–27. <https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i4.755>
- Komang, N., & Putri, N. (2024). *Pengaruh Persepsi , Motivasi Kerja , Pengetahuan Akuntansi , Dan Pengalaman Berwirausaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi*. 4, 8836–8851.
- Komdigi. (2021). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih*. <https://www.komdigi.go.id/berita/artikel/detail/bisnis-e-commerce-semakin-gurih>
- Kusumawardani, A. (2022). *Malleable Mental Accounting UMKM pada era VUCA*.
- Lestari, N., & Rustiana, S. (2019). Pengaruh Persepsi Owner dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Pamulang. *BASKARA : Journal of Business and Entrepreneurship*, 1, 67–80. <https://doi.org/10.54268/baskara.v1i2.5934>
- Lestari, R. M., & Indarto, I. (2019). PENGARUH LEVERAGE, FIXED ASSET INTENSITY, DAN FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN REVALUASI ASET SEBAGAI MODERASI. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.26623/jreb.v12i1.1524>
- Meylani, C., & Ismunawan. (2022). PENGARUH PERSEPSI OWNER, PEMAHAMAN, PENGETAHUAN DAN PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI BETENG TRADE CENTER (BTC) SOLO. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10, 12–22. <https://doi.org/10.21067/jrma.v10i1.6711>
- Perekonomian, K. K. B. (2025). *UMKM berkontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Prasiami, W. A., Nugroho, S. W., & Wibawa, K. D. (2025). *PENGARUH PERSEPSI PEMILIK, PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN SKALA USAHA TERHADAP PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA UMKM DI KOTA MADIUN*. 3(2), 1081–1092.
- Rusdi, R., Amiani, A., & Murjana, I. M. (2022). Pengaruh Media Sosial, Ecommerce Dan Website Terhadap Kinerja UMKM Pada UMKM Tenun Di Lombok Tengah. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 4(2), 81–92. <https://doi.org/10.69503/econetica.v4i2.312>
- Sabila, R., & Akbar, F. S. (2025). *Their Impact on MSMEs Performance Pemanfaatan E-Commerce dan Pengetahuan Akuntansi : Dampaknya terhadap Kinerja UMKM*. 10(03), 262–273. <https://doi.org/10.22437/jaku.v10i03.47515>



- Safitri, R., & Badjuri, A. (2022). Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Kota Semarang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15, 123–134. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.710>
- Subagio, I., & Saraswati, E. (2021). PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM DI PURBALINGGA. *J-LEE - Journal of Law, English, and Economics*, 2, 1–14. <https://doi.org/10.35960/j-lee.v2i01.592>
- Susanti, D. A., Zuliyati, & Khoirotun. (2023). *Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi, modal usaha, dan karakteristik wirausaha terhadap kinerja umkm di kabupaten demak*. 01(01).
- Winda, C., Ismunawan, M., Akuntansi, P. S., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2022). *Pengaruh Persepsi Owner , Pemahaman , Pengetahuan dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Beteng Trade Center ( BTC ) Solo*. X(1), 12–22.
- Yuanita, I., Yenida, Y., Trinanto, N., & Tanjung, A. (2024). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Berbasis Aplikasi Pada Usaha Keripik Balado Shanty di Kota Padang. *Jurnal Vokasi*, 8(2), 275. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v8i2.5396>