

PENGARUH *E-COMMERCE*, PENGETAHUAN AKUNTANSI DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA UMKM DI KOTA MALANG

Oleh:
Enis Setiawati*),
Nur Diana **),
M. Cholid Mawardi ***)
Universitas Islam Malang
E-mail: enissetiawati98@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of E-Commerce, Accounting Knowledge and Organizational Culture on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises in Malang. The method used is explanatory research. It is a research method that intends to explain the position of the variables studied and the influence between one variable. with other variables, and the data source used is primary data, namely by distributing linkert scale questionnaires to owners / managers of Micro, Small and Medium Enterprises in Malang City. The sample calculation in this study used the Slovin formula which resulted in 99 respondents. The results of this study are the variables of e-commerce, accounting knowledge and organizational culture have a simultaneous and partial effect on the performance of micro, small and medium enterprises

Keywords: *The influence of e-commerce, accounting knowledge and organizational culture and the performance of Micro, Small and Medium Enterprises*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Usaha kecil atau menengah telah mengalami pertumbuhan yang signifikan karena dianggap sebagai bisnis yang paling mudah dan operasi perusahaan paling dekat atau paling mudah diakses oleh pelanggan. Oleh karena itu, dan didukung oleh ide-ide baru dari para pelaku pasar usaha kecil, produk yang dihasilkan oleh usaha kecil sering kali menjadi pilihan konsumen. Di Indonesia peranan UMKM terkait dengan upaya pemerintah untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika pengembangan UMKM Indonesia memiliki peran penting seperti strategi penciptaan lapangan kerja, kebijakan anti kemiskinan, atau kebijakan pemulihan sosial (Tambunan, 2002).

Pandemi Covid-19 menyebabkan perubahan pola belanja konsumen. Seringkali, meski berbelanja online, banyak pelanggan yang membeli produk langsung di toko atau mal. Namun, saat ini, karena pembatasan pemerintah dan pembatasan domestik, konsumen tidak diizinkan untuk pergi. Hal ini juga berlaku untuk kinerja UMKM yang rendah dan belanja konsumen yang lebih rendah dibandingkan pada siang hari biasa.

Dengan ini, Pemilik Bisnis dapat mengatur dirinya sendiri dengan membuka toko / penjualan online melalui *e-commerce*. *E-Commerce* adalah sistem untuk menjual, membeli, dan memasarkan produk elektronik. Selain *e-commerce*, pelaku UMKM juga harus bisa berkomunikasi secara intensif dengan memasarkan

produknya gunakan pemasaran digital dan gunakan media sosial untuk menjangkau pelanggan secara langsung.

Budaya organisasi dikaitkan dengan *e-commerce* untuk meningkatkan keuntungan, jika pemilik bisnis, manajer dan karyawan itu memiliki budaya organisasi yang tinggi dan dapat meningkatkan rasa ingin tahu dalam memahami, belajar tentang *e-commerce* dengan menilai dimensi, pendapatan yang disesuaikan dengan usia, dan penganggaran dapat meningkat. Untuk kelangsungan bisnis, yang pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan, omset dan dapat mengelola jumlah pelanggan yang setiap tahun berupaya untuk meningkat.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan memaparkan akan pentingnya Teknologi, Pengetahuan Akuntansi serta Budaya pada UMKM Kota Malang. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai dengan judul “Pengaruh *E-commerce*, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Malang”.

Rumusan Malang

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian ini yakni “Bagaimana pengaruh *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Malang”.

Tujuan dan Kontribusi Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yakni “Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Malang”.

Kontribusi dalam penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan masukan atau pertimbangan dalam merumuskan kebijakan serta tindakan-tindakan selanjutnya sehubungan dengan pengaruh dari beberapa variabel yang telah di paparkan akan pentingnya teknologi, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi bagi perkembangan sektor usaha mikro.

Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis

Kinerja UMKM

Kinerja UMKM adalah hasil dari pekerjaan yang direalisasikan sepenuhnya dan jika dibandingkan dengan hasil kerja, target, sasaran atau standar yang diprediksi dan disepakati dalam bisnis dengan aset nilai tambah dan pendapatan yang ditentukan oleh undang-undang.

E-Commerce

Menurut Turban dan Deborrah (2015:7) “*E-commerce* diartikan tidak hanya pembelian dan penjualan barang dan jasa, tetapi melakukan semua jenis bisnis *online* seperti memberi pelayanan ke pelanggan, bekerja sama dengan pebisnis lainnya, melakukan pembelajaran secara *online*, serta memanfaatkan transaksi secara *online* dalam suatu institusi”.

Pengetahuan Akuntansi

Pengetahuan akuntansi didefinisikan sebagai suatu kebenaran atas informasi mengenai pencatatan, pengelompokan, dan pengikhtisaran kejadian ekonomi untuk pengambilan keputusan.

Budaya Organisasi

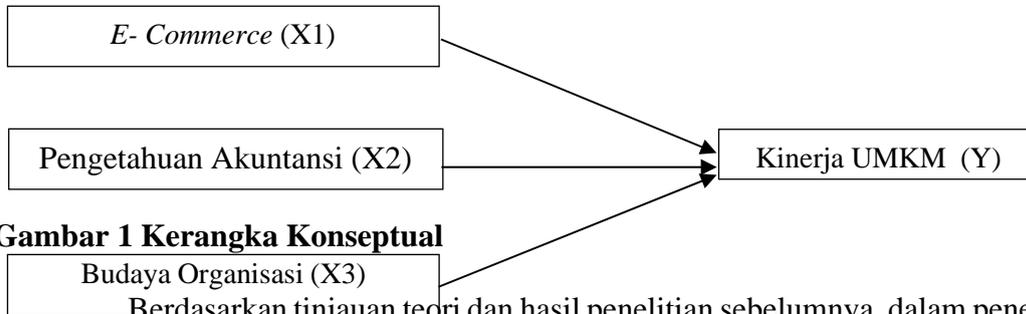
Budaya organisasi adalah contoh dari keyakinan dan nilai organisasi, dan menjadi standar karena semua anggota percaya dan berlatih dalam menjalankan

tugasnya sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan masalah terkait, atau aturan organisasi.

Kerangka Konseptual

Variabel Independen (X)

Variabel Dependen (Y)



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan tinjauan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM
- H1a: *E-Commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM
- H1b: Pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM
- H1c: Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi, Waktu Penelitian

Mengacu pada tujuan penelitian ini pada bab I yaitu untuk mengetahui pengaruh *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM kota Malang maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif karena data yang digunakan merupakan data utama yang diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner. Penelitian kuantitatif merupakan cara untuk menguji asumsi yang diungkapkan dengan melihat hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini menggunakan keandalan dari data primer. Penelitian ini dilakukan pada Usaha Kecil Menengah dan Mikro di Kota Malang. Penelitian ini dimulai dari bulan November 2020 sampai bulan Februari 2021.

Populasi dan Sampel

Didalam penelitian ini populasi adalah UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 12.000 instansi UMKM. Sumber data penelitian ini adalah data primer dengan menggunakan metode pengumpulan data yakni dengan penyebaran kuisisioner. Pada penelitian ini tidak menggunakan seluruh populasi yang ada, tetapi hanya mengambil sampel rumus *Slovin* dan *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian sebesar 99 instansi UMKM.

Operasional Variabel

Kinerja UMKM

Variabel kinerja UMKM menurut Minuzu (2010) terdapat lima macam Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pendapatan, jumlah karyawan lebih banyak setiap tahun, pertumbuhan pasar dan pertumbuhan laba.

E-Commerce

Variabel *E-Commerce* menurut Rainer dan Cigielski dalam penelitian Sarastyarini dan Yadnyana (2018) menyatakan bahwa *eletronic commerce (e-commerce)* terdapat empat macam indikator dari *E-commerce* yakni aktifitas pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa serta sistem elektronik.

Pengetahuan Akuntansi

Variabel pengetahuan akuntansi menurut Lestanti (2015) ada empat macam indikator yang digunakan untuk mengukur pengetahuan akuntansi yakni pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural.

Budaya Organisasi

Variabel budaya organisasi ada empat macam dimensi budaya organisasi menurut Denison dikutip oleh Pabundu (2014:136-138) yakni *involvement* (keterlibatan), *consistency* (konsistensi), *adaptability* (adaptabilitas) dan *mission* (misi).

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan menggunakan metode dengan statistik deskriptif dan uji linier berganda dengan bantuan SPSS. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Menurut Priyatno (2010: 61), analisis regresi linier berganda yang paling banyak adalah hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, X_3) dan variabel terikat (Y). Tujuan dari proses ini adalah untuk mengukur intensitas hubungan kedua jenis dan memprediksi nilai Y sesuai dengan nilai X dan jenis persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

- Y : kinerja UMKM
- a : konstanta
- b : koefisien regresi
- X_1 : *E-Commerce*
- X_2 : Pengetahuan Akuntansi
- X_3 : Budaya Organisasi
- e : *error*

Hasil Penelitian Pembahasan

Hasil Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Total Colleration	r Table	Keterangan
E-COMMERCE (X1)	X1.1	0,686	0,1646	VALID
	X1.2	0,667	0,1646	VALID
	X1.3	0,715	0,1646	VALID
	X1.4	0,622	0,1646	VALID
	X1.5	0,452	0,1646	VALID
PENGETAHUAN AKUNTANSI (X2)	X2.1	0,408	0,1646	VALID
	X2.2	0,670	0,1646	VALID
	X2.3	0,734	0,1646	VALID
	X2.4	0,583	0,1646	VALID
	X2.5	0,554	0,1646	VALID

Variabel	Indikator	Total Colleration	r Table	Keterangan
BUDAYA ORGANISASI (X3)	X3.1	0,507	0,1646	VALID
	X3.2	0,759	0,1646	VALID
	X3.3	0,718	0,1646	VALID
	X3.4	0,709	0,1646	VALID
	X3.5	0,676	0,1646	VALID
KINERJA UMKM (Y)	Y1.1	0,675	0,1646	VALID
	Y1.2	0,539	0,1646	VALID
	Y1.3	0,654	0,1646	VALID
	Y1.4	0,638	0,1646	VALID
	Y1.5	0,439	0,1646	VALID

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua instrumen yang di uji dengan r hitung > r tabel (0,1646). Maka dapat disimpulkan semua pernyataan kuisisioner dalam penelitian ini valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria Reliabilitas	Keterangan
<i>E-Commerce (X₁)</i>	0,750	> 0,6	Reliabel
Pengetahuan Akuntansi (X ₂)	0,731	> 0,6	Reliabel
Budaya Organisasi (X ₃)	0,768	> 0,6	Reliabel
Kinerja UMKM (Y)	0,728	> 0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pernyataan dalam penelitian ini yakni reliabel atau bisa diandalkan.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>E-Commerce (X₁)</i>	99	3.00	4.00	3.6364	.48349
Pengetahuan Akuntansi (X ₂)	99	3.00	5.00	3.7576	.47576
Budaya Organisasi (X ₃)	99	3.00	5.00	3.6970	.48349
Kinerja UMKM (Y)	99	2.00	4.00	3.4949	.52243
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan *descriptive* variabel penelitian dengan jumlah sebesar 99 responden adalah sebagai berikut :

1. Variabel *E-Commerce* (X_1) memiliki nilai minimal 3; nilai maksimum adalah 4; Nilai Meannya adalah 3,6364; dengan deviasi normal 0,48349.
2. Variabel Pengetahuan Akuntansi (X_2) memiliki nilai minimal 3; 5 nilai maximum; Nilai meannya adalah 3,7576 dengan deviasi standar 0,477576.
3. Variabel Budaya Organisasi (X_3) memiliki nilai minimal 3; nilai tinggi 5; Rata-rata adalah 3,6970 dengan deviasi standar 0,48349.
4. Variabel Pilihan Kinerja UMKM (Y) memiliki nilai minimal 2; nilai maksimum adalah 4; artinya 3,4949; dengan deviasi normal 0,52243.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.002	1.541		.001	.999
E-Commerce	.382	.091	.402	4.204	.000
Pengetahuan Akuntansi	.360	.093	.298	3.888	.000
Budaya Organisasi	.223	.087	.230	2.548	.012

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Pada tabel 4 dapat diketahui persamaan linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = a + 0,382X_1 + 0,360X_2 + 0,223X_3 + e$$

sig 0,000 sig 0,000 sig 0,012

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (kinerja UMKM)
- a = Bilangan konstanta atau nilai tetap
- b = Koefisien variabel dari X_1 , X_2 dan X_3
- X^1 = Variabel bebas (*e-commerce*)
- X^2 = Variabel bebas (Pengetahuan Akuntansi)
- X^3 = Variabel bebas (Budaya Organisasi)
- e = Standar error

Uji Normalitas

Tabel 5
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	<i>E-Commerce</i>	Pengetahuan Akuntansi	Budaya Organisasi	Kinerja UMKM	
N	99	99	99	99	
<i>Normal Parameters^a</i>	<i>Mean</i>	20.15	20.57	20.28	19.62
	<i>Std. Deviation</i>	2.278	1.797	2.232	2.165
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.135	.131	.136	.122
	<i>Positive</i>	.080	.112	.109	.107
	<i>Negative</i>	-.135	-.131	-.136	-.122
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1.342	1.302	1.358	1.219	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	.055	.067	.050	.103	

Sumber: Data Primer diolah 2021

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai probabilitas atau *Asymp. Sig* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinieritas

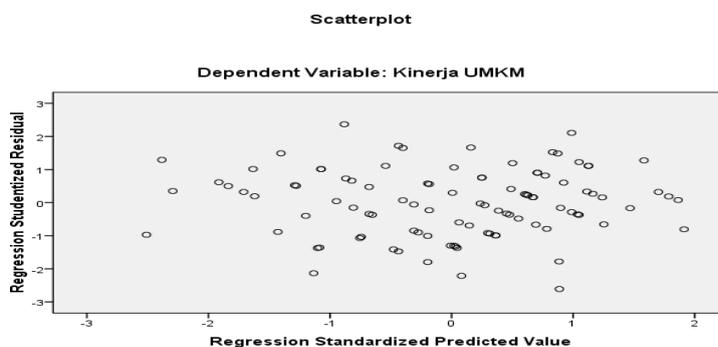
Variabel Bebas	<i>Tolerance</i>	VIP	Keterangan
<i>E-Commerce</i>	0,387	2.585	Bebas Multikolinieritas
Pengetahuan Akuntansi	0,600	1.666	Bebas Multikolinieritas
Budaya Organisasi	0,436	2.296	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Pada tabel 6 menjelaskan bahwa variabel independen dalam penelitian ini memiliki nilai VIP > 0,1 dengan nilai *Tolerance* > 10, sehingga tidak terdapat tanda-tanda multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa tidak ada jalur yang jelas, serta titik yang menyebar di bawah dan di atas nol pada sumbu Y, sehingga tidak ada tanda heteroskedastisitas.

Uji Simultan F

Tabel 7
Hasil Uji Simultan F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.008	3	101.669	62.553	.000 ^a
	Residual	154.406	95	1.625		
	Total	459.414	98			

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa diperoleh nilai F_{hitung} (62,553) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < \alpha$ (0,05), Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel independen yaitu X1 (*E-Commerce*), X2 (Pengetahuan Akuntansi) dan X3 (Budaya Organisasi) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Kinerja UMKM).

Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.653	1.275

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan pada Tabel 8 hasil uji koefisien determinasi *adjusted* R^2 sebesar 0,653. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu *e-commerce* (X1), Pengetahuan Akuntansi (X2) dan Budaya Organisasi (X3) mampu memprediksi variabel dependen Kinerja UMKM (Y) adalah sebesar 65,3%, sedangkan 34,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Tabel 9
Hasil Uji Parsial (t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.002	1.541		.001	.999
E-Commerce	.382	.091	.402	4.204	.000
Pengetahuan Akuntansi	.360	.093	.298	3.888	.000
Budaya Organisasi	.223	.087	.230	2.548	.012

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pengujian ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 (e-commerce) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja UMKM. Statistik uji-t untuk variabel X_1 (e-commerce) adalah 4,204, dengan perbedaan signifikan 0,000 lebih kecil dari α (0,05).

Pengujian ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 (pengetahuan akuntansi) berpengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja UMKM. Statistik uji-t untuk variabel X_2 (pengetahuan akuntansi) adalah 3,888, dengan perbedaan signifikan 0,000, lebih kecil dari α (0,05).

Pengujian ini menjelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel X_3 (budaya organisasi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM. Statistik uji-t untuk variabel X_3 (budaya organisasi) adalah 2,548, dengan perbedaan signifikan 0,012 lebih kecil dari α (0,05).

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM. Responden pada penelitian ini sebesar 99 responden yang merupakan pemilik atau manajer UMKM Kota Malang. Anda dapat menarik kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan dan pengujian yang dilakukan pada masalah tersebut menggunakan model regresi linier berganda sebagai berikut:

1. *E-Commerce* dengan indikator aktifitas pembelian, penjualan pemasaran dan sistem elektronik. Berdasarkan uji regresi linier berganda menjelaskan bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM.
2. Pengetahuan Akuntansi dengan indikator pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural. Berdasarkan uji regresi linier berganda menjelaskan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM.
3. Budaya Organisasi dengan indikator *involment*, *consistency*, *adaptability* dan *mission*. Berdasarkan uji regresi linier berganda menjelaskan bahwa budaya organisasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja UMKM.

Keterbatasan

1. Metode penelitian menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. keterbatasan penelitian menggunakan kuesioner adalah tidak dapat memberikan informasi yang lebih detail yang dapat diperoleh dari masing-masing responden..
2. Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sehingga sampel yang digunakan hanya terbatas 99 responden UMKM Kota Malang, Sehingga mengurangi daya generalisasi hasil penelitian ini.
3. Populasi dalam penelitian ini terbatas hanya untuk wilayah Kota Malang
4. Dalam penelitian ini nilai Adj r^2 hanya 65,3% yang berpengaruh terhadap 3 variabel independen, artinya kemampuan untuk memprediksi kinerja UMKM Kota Malang terbatas pada variabel *e-commerce*, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi padahal masih terdapat 34,7 % faktor lain yang mempengaruhi kinerja UMKM Kota Malang.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yang akan datang, diharapkan menambahkan metode wawancara langsung selain menggunakan kuesioner, sehingga data dari responden dapat menjelaskan lebih lanjut keadaan yang sebenarnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya harapkan ukuran sampel akan diukur dengan menggunakan rumus yang berbeda.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah populasi di wilayah kota lain yang mencakup wilayah lebih luas.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain sebagai variabel independen terkait kinerja UMKM, seperti inklusi keuangan dan literasi keuangan.

Daftar Pustaka

- Tambunan, Tulus 2002, Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Turban. E., King. D., Lee. J. K., Liang, T. P., and Turban, D.C., 2015." Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective". 8th Ed
- Minuzu, Musran. 2010. "Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan". Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Universitas Hasanuddin.
- Sarastyarini, Ni Made Werin, and Yadyana, I. Ketut. 2018. "Pengaruh E-Commerce dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar." E-Jurnal Akuntansi 24.3: 1880-1907.
- Lestanti, Dwi. 2015. "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha, dan Motivasi Kerja Terhadap Persepsi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku UMKM di Boyolali."Yogyakarta: Skripsi. Universitas negeri Yogyakarta.
- Duwi, Priyatno. (2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta; Gava Media.
- Wahyuni, Evi Tri & Nur Diana, 2020, E-COMMERCE DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI SEBAGAI FAKTOR PENDORONG PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA AKUNTANSI UNTUK BERWIRAUSAHA, Volume 9 Nomor 03.

*) Enis Setiawati adalah Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.

**) Nur Diana adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.

***) M. Cholid Mawardi adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.