

Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM

Asri Fadila Putri¹, Isna Ardila^{2*}

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Email: ¹asrifadilaputri1203@gmail.com, ^{2*}isnaardila@umsu.ac.id

Abstract

This research study aims to examine and understand accounting knowledge and the use of e-commerce in supporting the growth of MSMEs in East Medan District. The implementation uses a qualitative perspective focused on associative relationship patterns between variables. The study population consisted of 448 MSME actors or owners who run food and beverage business units located in East Medan District. The research sample was selected purposively by referring to a number of considerations and certain criteria and obtained a total of 83 MSME actors, with the number of samples calculated using the Slovin formula. The data in this study were collected through the distribution of questionnaire instruments to respondents. Furthermore, the data were processed and analyzed using a descriptive statistical approach and multiple linear regression analysis, which was also supported by testing the validity, reliability, classical assumptions, partial tests, simultaneous tests, and the magnitude of the contribution of variables that play a role in the influenced variables. The arrangement and analysis of data in this study were carried out using SPSS version 31.00. Partially, the research shows that accounting knowledge has a significant positive contribution to the growth of MSMEs in East Medan District. Furthermore, the use of e-commerce has also been shown to have a directional and meaningful impact on the growth of MSMEs in East Medan District. Simultaneously, mastery of accounting knowledge and the use of e-commerce have shown a directional and significant influence on the growth of micro, small, and medium-sized enterprises in East Medan District.

Keywords: Accounting Knowledge, E-Commerce, Growth of MSMEs.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memahami pengetahuan akuntansi dan penggunaan e-commerce dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kabupaten Medan Timur. Implementasinya menggunakan perspektif kualitatif yang berfokus pada pola hubungan asosiatif antar variabel. Populasi penelitian terdiri dari 448 pelaku atau pemilik UMKM yang menjalankan unit usaha makanan dan minuman yang berlokasi di Kabupaten Medan Timur. Sampel penelitian dipilih secara purposif dengan mengacu pada sejumlah pertimbangan dan kriteria tertentu dan diperoleh sebanyak 83 pelaku UMKM, dengan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran instrumen kuesioner kepada responden. Selanjutnya, data diolah dan dianalisis menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda, yang juga didukung dengan pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji parsial, uji simultan, dan besarnya kontribusi variabel yang berperan dalam variabel yang dipengaruhi. Pengaturan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS versi 31.00. Secara parsial, penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi memiliki kontribusi positif yang signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Medan Timur. Selain itu, penggunaan e-commerce juga terbukti memiliki dampak yang terarah dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Kabupaten Medan Timur. Secara bersamaan, penguasaan pengetahuan akuntansi dan penggunaan e-commerce telah menunjukkan pengaruh yang terarah dan signifikan terhadap pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di Kabupaten Medan Timur.

Kata Kunci: Pengetahuan Akuntansi, E-Commerce, Pertumbuhan UMKM.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan UMKM menjadi salah satu pendorong tumbuhnya ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, peningkatan jumlah UMKM tidak selalu diikuti kemampuan pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya secara optimal. Kondisi ini terlihat pada banyak UMKM di Kecamatan Medan Timur yang telah beroperasi bertahun-tahun tetapi masih cenderung stagnan. Menurut [1] kegagalan UMKM banyak dipengaruhi lemahnya pengelolaan internal, terutama pada aspek keuangan dan penggunaan teknologi. Hal ini penting karena keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan bertahan, tetapi juga berkembang dalam persaingan [2]. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kompetensi manajerial, kemampuan inovasi, dan transformasi digital berkontribusi terhadap keberlangsungan dan daya saing UMKM [3] [4]. Pengetahuan akuntansi berperan besar mendukung penentuan keputusan dan pengaturan keuangan keuangan UMKM secara efektif [5], sedangkan penggunaan E-Commercemendukung perkembangan usaha melalui perluasan pasar, peningkatan penjualan, dan kemudahan transaksi [6]. Adapun pertumbuhan usaha dapat dilihat dari meningkatnya aktivitas usaha, pengendalian kualitas, pencatatan laporan keuangan, penjualan, omzet, dan jumlah karyawan [7].

Pengetahuan akuntansi merupakan dasar penting dalam pengambilan keputusan keuangan karena membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keluar masuknya dana dalam kegiatan usaha, biaya, laba, aset, dan risiko usaha [8]. Dalam perspektif *Resource Based View*, pengetahuan akuntansi termasuk sumber daya yang tidak tampak secara fisik, tetapi bernilai bagi usaha dan dapat mendorong keunggulan usaha dibanding pesaing serta pertumbuhan usaha yang berkelanjutan [9] [10]. Pengetahuan akuntansi termasuk aset tidak berwujud karena tidak berbentuk fisik, tetapi berupa kemampuan yang dimiliki pelaku usaha dalam mengelola arus kas, menghitung biaya, menentukan harga, menilai margin, bahkan pelaku UMKM dapat mengevaluasi keuntungan. Namun, penerapannya pada UMKM masih menghadapi kendala, seperti rendahnya pendidikan formal, kurangnya pelatihan, dan minimnya pemahaman standar akuntansi [1]. Akibatnya, banyak UMKM belum menyusun laporan keuangan secara sistematis, padahal pencatatan yang baik penting untuk menilai kondisi keuangan, peluang usaha, dan kebutuhan modal. UMKM yang menerapkan pencatatan akuntansi yang rapi dan teratur biasanya memiliki perkembangan usaha yang lebih baik, sedangkan yang tidak memiliki laporan keuangan akan kesulitan menghitung laba rugi, memantau arus kas, dan memperoleh pendanaan[11].

Selain pengetahuan akuntansi, penggunaan E-Commercejuga menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Penggunaan E-Commercemampu menjangkau pasar yang lebih luas, mendorong efisiensi operasional, serta meningkatkan kemampuan bersaing usaha [12]. Hal ini sejalan dengan pernyataan Kominfo bahwa E-Commercelah menjadi salah satu pendorong aktivitas perekonomian yang ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha yang menggunakannya dari tahun ke tahun [13]. E-Commercemerupakan penggunaan teknologi elektronik untuk kegiatan bisnis, seperti jual beli, transfer dana, dan pertukaran informasi [14]. Menurut [15], Penggunaan teknologi cenderung dipengaruhi oleh penilaian individu mengenai manfaat dan kemudahan pengoperasiannya, sehingga UMKM cenderung memanfaatkannya apabila dianggap bermanfaat dan mudah dioperasikan. UMKM yang menggunakan E-Commercesecara optimal cenderung lebih cepat memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat keberlanjutan usaha dibandingkan UMKM yang masih bergantung pada pemasaran tradisional [16].

Untuk mengetahui kondisi nyata di lapangan, dilakukan survei awal terhadap 10 UMKM di Kecamatan Medan Timur. Hasilnya menunjukkan bahwa 70% atau 7 pelaku UMKM masih mengalami kendala dalam pengetahuan akuntansi, seperti masih mengalami keterbatasan dalam penyusunan laporan keuangan secara lengkap, belum membedakan alokasi dana personal dengan kebutuhan pembiayaan usaha, dan belum menghasilkan informasi keuangan yang akurat. Kondisi ini berdampak pada kesulitan mengelola arus kas, menghitung laba rugi, menambah modal, membayar utang, dan memperoleh akses pembiayaan. Menurut *Human Capital Theory*, pengetahuan dan keterampilan merupakan modal penting yang mendukung perkembangan usaha [17]. Dalam konteks *Human Capital Theory*, pengetahuan akuntansi dinilai sebagai modal karena dapat meningkatkan kompetensi pelaku UMKM dalam mengatur operasional usaha secara lebih optimal dan terarah. Dengan demikian, kegiatan usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, melainkan juga pada pengambilan keputusan bisnis yang relatif lebih tepat, efisien, dan berkelanjutan. Hal ini didukung oleh [18][19] yang menegaskan bahwa pengetahuan akuntansi dan ketepatan laporan keuangan berpengaruh

terhadap pengelolaan usaha. Oleh karena itu, pemahaman akuntansi menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan UMKM [20].

Selain itu, 60% atau 6 pelaku UMKM menyatakan bahwa penggunaan E-Commerce masih belum optimal. Kendala yang dihadapi meliputi keterbatasan pengetahuan pemasaran digital, omzet penjualan online yang lebih rendah dibandingkan penjualan langsung, rendahnya kepercayaan terhadap sistem E-Commerce, serta risiko kerugian saat mengikuti promosi *marketplace*. Kondisi ini menyebabkan penggunaan E-Commerce masih sebatas pembukaan akun tanpa optimalisasi yang memadai, sehingga visibilitas produk, jangkauan pasar, dan kemampuan menarik pelanggan baru masih rendah. Di samping itu, tingginya persaingan, biaya layanan platform, kewajiban memberikan diskon, rating toko yang rendah, serta pengelolaan toko yang belum konsisten membuat E-Commerce belum berfungsi optimal sebagai instrumen strategis untuk mendorong perkembangan usaha. Penggunaan E-Commerce yang belum optimal menyebabkan UMKM belum mampu memperluas pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan menambah pendapatan secara maksimal, sehingga pertumbuhan usaha menjadi terhambat. Menurut [15] Keinginan untuk menerima teknologi dipengaruhi oleh anggapan bahwa teknologi tersebut bermanfaat dan tidak sulit digunakan. Oleh karena itu, UMKM yang mampu memanfaatkan E-Commerce secara efektif cenderung menunjukkan pertumbuhan usaha yang lebih baik dibandingkan UMKM yang masih bergantung pada pemasaran non-digital. [16].

Berdasarkan penelitian terdahulu, [21] mengkaji penerapan E-Commerce pada UMKM busana muslim di Kecamatan Medan Marelan, [22] meneliti mengenai keterkaitan sistem informasi akuntansi dan pemanfaatan E-Commerce terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Timur, dan [23] menganalisis dampak E-Commerce serta pemanfaatan informasi akuntansi pada tingkat keberhasilan UMKM di Kecamatan Medan Tembung. [24] meneliti pengetahuan akuntansi dan pengalaman usaha terhadap pertumbuhan usaha pada pelaku UMKM di Medan Sunggal. Berdasarkan studi-studi tersebut, masih terlihat bahwa penelitian yang secara khusus menggabungkan pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce dalam menjelaskan pertumbuhan usaha UMKM masih terbatas, terutama pada sektor makanan dan minuman di Kecamatan Medan Timur. Sektor makanan dan minuman di Medan Timur memiliki kondisi yang berbeda dengan banyak daerah lain. Wilayah ini tergolong kecil, tetapi jumlah penduduknya padat, sehingga pasar menjadi ramai dan persaingan usaha cenderung lebih tinggi. Selain itu, Kota Medan juga didukung oleh aktivitas perdagangan yang kuat dan pertumbuhan sektor makan minum yang tinggi. Kondisi ini membuat pelaku usaha makanan dan minuman di Medan Timur harus lebih cepat menyesuaikan harga, biaya, dan strategi pemasaran. Dalam situasi seperti ini, penggunaan E-Commerce lebih mudah menunjukkan dampaknya karena konsumen dekat, pembelian sering terjadi, dan promosi digital lebih cepat menarik transaksi. Sebagian penelitian sebelumnya juga lebih banyak menekankan pada kinerja usaha, bukan pada pertumbuhan usaha yang memiliki cakupan lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk melengkapi keterbatasan penelitian sebelumnya sekaligus memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai peran pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce dalam mendukung pertumbuhan usaha UMKM pada sektor makanan dan minuman di Kecamatan Medan Timur.

2. METODE PENELITIAN

Pelaksanaan penelitian ini disusun dalam bentuk kuantitatif dengan rancangan asosiatif, yang difokuskan pada pengujian pengaruh variabel pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce terhadap pertumbuhan UMKM. Lokasi penelitian ini adalah Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. Objek dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang bergerak pada sektor makanan dan minuman. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku atau pemilik UMKM sektor makanan dan minuman di Kecamatan Medan Timur sebanyak 448 pelaku usaha. Penentuan sampel dilakukan dengan perhitungan dengan menggunakan Formula Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan :

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

e = tingkat kesalahan yang ditetapkan yaitu 10% atau 0,1

Dimana:

$$N = 448$$

e = Sumber error (10%) atau (0,1)

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

$$n = \frac{448}{1 + 448(0,1)^2}$$

$$n = \frac{448}{1 + 448 \times 0,01}$$

$$n = \frac{448}{1 + 4,48}$$

$$n = \frac{448}{5,48} = 82,75 \text{ atau dibulatkan menjadi } 83$$

Melalui perhitungan yang telah dilakukan, ditetapkan jumlah sampel 83 pelaku UMKM dengan kriteria sebagai berikut : 1).Pelaku usaha yang tetap mengelola atau memiliki usaha diwilayah kecamatan Medan Timur, 2). Telah menjalankan usahanya minimal 2 tahun untuk melihat perkembangan usaha responden pelaku UMKM, 3) Melakukan pencatatan keuangan sederhana (untuk menilai pengetahuan akuntansi pelaku usaha UMKM, 4).Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sudah menggunakan platform E-Commerce (seperti Shopee, Tokopedia, grabfood atau Marketplace lainnya) untuk mengelola usaha mereka.

Penelitian ini bertumpu pada data primer yang diperoleh langsung dari responden, sedangkan pengumpulan datanya dilakukan melalui instrumen pertanyaan yang dikembangkan dari indikator pada tiap variabel yang diteliti. Kuesioner diberikan kepada pelaku UMKM untuk memperoleh data mengenai pengetahuan akuntansi, penggunaan E-Commerce, dan pertumbuhan usaha. Pengumpulan penilaian dalam penelitian ini mengacu pada skala Likert lima alternatif jawaban, dengan alternatif jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS Statistics 31 for Windows, dengan bentuk model sebagai berikut:

$$Y_{pu} = \alpha + \beta_1 X_{PAkt} + \beta_2 X_{PEcom} + e$$

keterangan:

Y = Pertumbuhan usaha

X1 = Pengetahuan Akuntansi

X2 = Penggunaan E-Commerce

α = konstanta

$\beta_{1,2}$ = nilai parameter regresi

e = persentase toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10%

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Hasil Uji Validitas

Dari penelaahan validitas yang dilakukan, seluruh pernyataan pada variabel Pengetahuan Akuntansi (X1), Penggunaan E-Commerce(X2), dan Pertumbuhan Usaha (Y) menunjukkan nilai r hitung yang melampaui r tabel sebesar 0,361. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan memenuhi syarat dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujiian reliabilitas yang dilakukan, seluruh variabel penelitian tercatat angka Cronbach's Alpha melampaui 0,60, yaitu Pengetahuan Akuntansi sebesar 0,627, Penggunaan E-Commerce sebesar 0,632, dan Pertumbuhan Usaha sebesar 0,705. Dengan demikian, seluruh variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai dan dapat dimanfaatkan dalam penelitian. esaran

Cronbach's Alpha dalam penelitian mencapai angka pada kisaran 0,62–0,70 dan masih dapat ditoleransi karena penelitian ini berada pada tahap eksplorasi awal dan dilakukan pada konteks yang cukup spesifik. Pada penelitian tahap awal, nilai reliabilitas antara 0,60–0,70 masih dianggap memadai [25]. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha dipengaruhi oleh jumlah item pernyataan dan hubungan antaritem, sehingga nilai yang belum terlalu tinggi tidak selalu berarti instrumen penelitian lemah [26] [27]. Cronbach's Alpha juga tidak dapat dipakai sebagai satu-satunya ukuran untuk menilai reliabilitas, sehingga perlu dilihat bersama ukuran lain seperti composite reliability dan validitas konstruk [25] [28] [29]. Oleh karena itu, jika hasil pengujian reliabilitas dan validitas lainnya juga menunjukkan hasil yang baik, maka konstruk dalam penelitian ini tetap memenuhi ketentuan untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya [25] [28]

3.1.3 Hasil Uji Reliabilitas

pengujian reliabilitas yang dilakukan, seluruh variabel penelitian tercatat angka Cronbach's Alpha melampaui 0,60, yaitu Pengetahuan Akuntansi sebesar 0,627, Penggunaan E-Commerce sebesar 0,632, dan Pertumbuhan Usaha sebesar 0,705. Dengan demikian, seluruh variabel menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai dan dapat dimanfaatkan dalam penelitian. esaran Cronbach's Alpha dalam penelitian mencapai angka pada kisaran 0,62–0,70 dan masih dapat ditoleransi karena penelitian ini berada pada tahap eksplorasi awal dan dilakukan pada konteks yang cukup spesifik. Pada penelitian tahap awal, nilai reliabilitas antara 0,60–0,70 masih dianggap memadai [25]. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha dipengaruhi oleh jumlah item pernyataan dan hubungan antaritem, sehingga nilai yang belum terlalu tinggi tidak selalu berarti instrumen penelitian lemah [26] [27]. Cronbach's Alpha juga tidak dapat dipakai sebagai satu-satunya ukuran untuk menilai reliabilitas, sehingga perlu dilihat bersama ukuran lain seperti composite reliability dan validitas konstruk [25] [28] [29]. Oleh karena itu, jika hasil pengujian reliabilitas dan validitas lainnya juga menunjukkan hasil yang baik, maka konstruk dalam penelitian ini tetap memenuhi ketentuan untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya [25] [28].

3.1.4 Statistik Deskriptif

Akumulasi data pada keseluruhan variabel penelitian mencapai 83 responden. Variabel Pengetahuan Akuntansi (X1) memiliki mean 23,60 dengan standar deviasi 2,528, variabel Penggunaan E-Commerce (X2) memiliki mean 30,92 dengan standar deviasi 3,339, dan variabel Pertumbuhan Usaha (Y) memiliki mean 31,59 dengan standar deviasi 3,254. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden pada ketiga variabel tergolong cukup baik dengan penyebaran data yang relatif homogen.

3.1.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	6.410	3.080		2.082	.041
Pengetahuan Akuntansi	.265	.105	.206	2.526	.041
Penggunaan E- Commerce	.612	.079	.628	7.707	<.001

a. Variabel Dependen : Petumbuhan Usaha

Sumber : Data diolah SPSS (2026)

Mengacu pada perhitungan regresi linier berganda yang tersaji pada Tabel 4.16, diperoleh persamaan regresi $Y = 6,410 + 0,265 X_1 + 0,612 X_2 + \epsilon$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa Nilai konstanta sebesar 6,410 menunjukkan bahwa ketika variabel Pengetahuan Akuntansi (X1) dan Penggunaan E-Commerce(X2) berada pada kondisi tetap atau bernilai nol, maka Pertumbuhan Usaha (Y) memiliki nilai sebesar 6,410. Sementara itu, koefisien regresi Pengetahuan Akuntansi (X1) sebesar 0,265 mengindikasikan bahwa apabila variabel tersebut naik sebesar satu poin, maka Pertumbuhan Usaha juga diperkirakan ikut naik sebesar 0,265 poin, selama faktor-faktor lainnya tidak berubah. Di sisi lain, koefisien regresi variabel Penggunaan E-Commerce(X2) sebesar 0,612 menandakan bahwa tiap peningkatan satu satuan pada Penggunaan E-Commerce akan diikuti oleh peningkatan Pertumbuhan Usaha sebesar 0,612 satuan, dengan asumsi variabel lainnya berada dalam keadaan tetap.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki arah pengaruh yang positif terhadap Pertumbuhan Usaha. Artinya, semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin baik pula pertumbuhan usahanya. Demikian juga, semakin optimal penggunaan e-commerce, maka pertumbuhan usaha UMKM akan semakin meningkat. Jika dilihat dari besarnya koefisien regresi, variabel Penggunaan E-Commerce memiliki pengaruh

yang lebih besar dibandingkan Pengetahuan Akuntansi, karena memiliki nilai koefisien sebesar 0,612, sedangkan Pengetahuan Akuntansi hanya sebesar 0,265. Hal ini menunjukkan bahwa Penggunaan E-Commerce merupakan variabel yang lebih dominan dalam memengaruhi Pertumbuhan Usaha UMKM di Kecamatan Medan Timur.

Dilihat dari unsur Pengetahuan Akuntansi, besaran probabilitas yang diperoleh memiliki nilai sig sebesar 0,041, sedangkan Penggunaan E-Commerce memiliki nilai sig < 0,001. Kedua angka tersebut belum mencapai 0,05, sehingga dapat dimaknai bahwa Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce menunjukkan pengaruh yang searah dan signifikan secara statistik terhadap Pertumbuhan Usaha. Berdasarkan hal tersebut, model regresi ini menunjukkan pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce secara nyata dapat mendukung pertumbuhan usaha UMKM.

3.1.6 3.5. Uji Asumsi Klasik

Rangkaian pengujian asumsi klasik yang digunakan mencakup uji normalitas dengan metode one sample Kolmogorov-Smirnov test, serta uji multikolinearitas dan heterokedastisitas. Hasil Uji Normalitas ditampilkan pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas
One – Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std Daviation	2.31104775
Most Extreme	Absolute	.057
	Positive	.050
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp (Sig 2 Talled)		.200
Monte Carto Sig (Sig 2 Talled)	Sig	.737
	99 % Convidence Interval	Lower Bound .726
		Upper Bound .748

Sumber : data diolah SPSS (2026)

Mengacu pada pemeriksaan yang telah dilakukan, angka probabilitas pada metode Kolmogorov-Smirnov tercatat 0,200 dan posisinya melampaui batas 0,05. Keadaan ini memberi gambaran bahwa selisih data dalam penelitian tersebut telah mengikuti pola sebaran yang wajar dan memenuhi asumsi normalitas, dengan kondisi tersebut, model dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya. Normalitas residual menandakan bahwa kesalahan prediksi model menyebar secara wajar dan tidak menunjukkan penyimpangan yang signifikan.

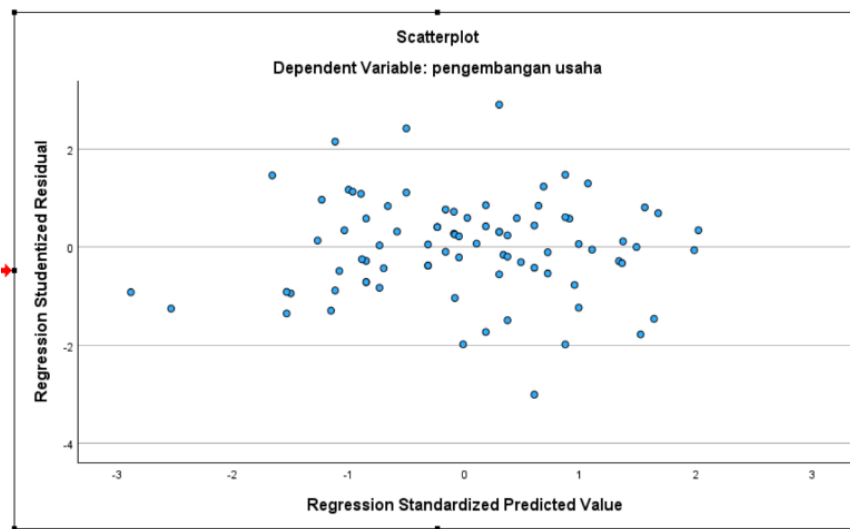
Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi antarvariabel bebas dalam model regresi yang paparan hasil pengujiannya dapat dicermati pada sajian tabulasi berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
1		Tolerance	VIP
	(Constant)		
	Pengetahuan Akuntansi	.949	1.054
	Penggunaan E Commerce	.949	1.054
a, Variabel Dependen : Pertumbuhan Usaha			

Pengujian multikolinearitas, terlihat bahwa nilai tolerance pada variabel Pengetahuan Akuntansi (X1) dan Penggunaan E-Commerce (X2) sebesar 0,949, yaitu lebih besar dari 0,10, sedangkan nilai VIF masing-masing variabel sebesar 1,054, yaitu lebih kecil dari 10. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa model penelitian tidak mengalami gejala multikolinearitas. Artinya, antarvariabel independen tidak memiliki korelasi yang tinggi, sehingga tiap variabel memiliki peran dalam menerangkan variabel dependen secara sendiri-sendiri yang tidak menimbulkan gangguan pada estimasi model regresi. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan memenuhi syarat untuk tahap pengujian berikutnya.

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi kemungkinan terjadinya ketidaksamaan varians residual pada model regresi antarpengamatan. Pada penelitian ini, pengujiannya dilakukan melalui pendekatan informal menggunakan Scatterplot, yaitu dengan mengamati pola penyebaran residual untuk mengetahui ada atau tidaknya indikasi heterokedastisitas. Visualisasi hasil analisis heterokedastisitas termuat pada gambar berikut:



Gambar 1 Uji Heterokedastisitas

Ditinjau dari Gambar 1, residual pada model regresi memperlihatkan pola sebaran yang acak serta tidak membentuk kecenderungan tertentu. Hal ini dapat diamati dari posisi titik-titik yang tersebar di area atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y. Keadaan tersebut menandakan bahwa model regresi terbebas dari gejala heterokedastisitas. Dengan demikian, varians residual dapat dipahami relatif tetap, sehingga salah satu asumsi klasik dalam model regresi telah terpenuhi dan model dapat dilanjutkan pada tahap pengujian berikutnya.

3.1.7 3.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menerangkan perubahan variabel dependen yang dinyatakan dalam persentase. Melalui uji ini, dapat diketahui seberapa besar pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce berkontribusi dalam mempengaruhi pertumbuhan usaha.

Tabel 4 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704	.495	.483	2.340
a. Prediktor: (konstanta), Pengetahuan Akuntansi, Penggunaan E - Commerce				
b. Variabel dependen: Pertumbuhan Usaha				

Merujuk pada Tabel 4 mengenai hasil koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R sebesar 0,704. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce terhadap Pertumbuhan Usaha berada pada kategori kuat. Selanjutnya, nilai R Square sebesar 0,495 mengindikasikan bahwa Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce mampu menerangkan variasi Pertumbuhan Usaha sebesar 49,5%. Dengan kata lain, sebesar 49,5% perubahan pada pertumbuhan usaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut.

Di sisi lain, nilai Adjusted R Square sebesar 0,483 memperlihatkan bahwa setelah memperhitungkan jumlah variabel independen dan ukuran sampel, Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce mampu menjelaskan Pertumbuhan Usaha sebesar 48,3%. Adapun sisanya, yaitu 51,7%, tidak terlepas dari unsur lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini. Selanjutnya, Angka Std. Error of the Estimate sebesar 2,340 memperlihatkan besarnya selisih perkiraan yang dihasilkan model dalam menerangkan variabel dependen. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam menjelaskan Pertumbuhan Usaha UMKM, walaupun masih ada faktor lain di luar penelitian yang turut mempengaruhi pertumbuhan usaha.

3.2 Pembahasan

3.7 Pengetahuan akuntansi dalam mendukung pertumbuhan UMKM

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan akuntansi (X1) memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan usaha (Y). Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 2,526 yang melebihi t tabel 1,990, disertai nilai signifikansi 0,014 yang lebih kecil dari 0,05, serta koefisien sebesar 0,265. Temuan tersebut menegaskan bahwa H1 diterima, sehingga pengetahuan akuntansi terbukti membawa dampak yang searah dan nyata bagi pertumbuhan usaha. Dengan kata lain, peningkatan pengetahuan akuntansi yang dimiliki pelaku UMKM cenderung diikuti oleh pertumbuhan usaha yang semakin baik. Dilihat dari nilai koefisien yang hanya 0,265 menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi tetap penting, tetapi perannya lebih banyak pada pengelolaan internal, seperti membantu pencatatan keuangan, menghitung biaya, mengontrol pengeluaran, dan mendukung pengambilan keputusan. Artinya, pengetahuan akuntansi lebih berfungsi sebagai pendukung agar usaha berjalan lebih tertata.

Pengetahuan akuntansi merupakan keterampilan dasar yang penting dimiliki pelaku usaha dalam memahami, mencatat, dan mengelola data keuangan usaha. Dalam perspektif *Resource Based View*, pengetahuan akuntansi dapat dipandang sebagai aset tidak berwujud yang berasal dari dalam usaha, khususnya dari kemampuan pelaku usaha, yang berpotensi menciptakan keunggulan kompetitif apabila dikelola secara tepat dan profesional [9]. Berdasarkan hasil penelitian ini, pengetahuan akuntansi turut mendorong peningkatan pertumbuhan usaha UMKM. Kondisi ini menegaskan penguasaan konsep dasar akuntansi merupakan faktor yang dibutuhkan dalam mendorong kemajuan dan keberhasilan pengelolaan usahanya.

Dengan adanya pengetahuan akuntansi, proses pencatatan laporan keuangan dikelola dengan teratur, sistematis, dan informatif, sehingga mendukung pengambilan keputusan usaha yang lebih tepat. Selain itu, penerapan pengetahuan akuntansi yang baik juga memudahkan pelaku usaha dalam mengendalikan aliran kas, melakukan evaluasi kondisi keuangan, serta merumuskan keputusan usaha yang lebih rasional [30]. Pengetahuan akuntansi turut memperkuat kemampuan manajerial pelaku UMKM, karena hasil pencatatan keuangan dapat dijadikan landasan dalam perencanaan, pengendalian, dan pertumbuhan usaha secara berkelanjutan [31].

Menurut [32] pelaku UMKM yang mengerti tentang akuntansi memiliki hubungan searah dengan pemanfaatan data akuntansi dalam pertumbuhan usaha. Pengetahuan akuntansi dan pengalaman menjalankan usaha memberikan pengaruh yang nyata untuk pengembangan usaha mikro di Kota Batam [18]. Sejalan dengan itu, [24] juga menjelaskan pengembangan usaha pada pelaku UKM secara tidak langsung dipengaruhi oleh wawasan akuntansi dan pengalaman berwirausaha melalui pendayagunaan data akuntansi. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa penguasaan akuntansi oleh pelaku usaha dapat menjadi faktor yang mendorong pertumbuhan usaha UMKM.

Dengan pemahaman akuntansi yang baik, pelaku usaha dapat mengelola keuangan secara lebih terstruktur dan transparan. Pelaku usaha mampu mencatat transaksi secara konsisten, mengidentifikasi laba maupun rugi, serta mengelola arus kas secara lebih efektif. Selain itu, pengetahuan akuntansi juga membantu pelaku usaha dalam menyiapkan laporan keuangan sederhana yang dijadikan sebagai acuan dalam menetapkan pilihan kebijakan usaha. Melalui informasi keuangan yang tersusun dengan baik, pelaku UMKM dapat menetapkan strategi yang lebih tepat untuk memaksimalkan keuntungan dan mengembangkan usahanya. Dengan demikian, pengetahuan akuntansi tidak terbatas hanya pada keterampilan teknis pencatatan, tetapi juga berfungsi sebagai instrumen strategis yang membantu pelaku UMKM dalam menata dan mengembangkan usahanya semakin terarah dan dapat dipertahankan dalam jangka panjang [20].

3.8. Penggunaan E-Commerce dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM

Ditemukan adanya pengaruh variabel pertumbuhan E-Commerce(X2) terhadap pengembangan usaha (Y), temuan ini diperkuat oleh nilai t hitung sebesar 7,707 yang lebih besar dari t tabel 1,990, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, sedangkan nilai koefisien diperoleh sebesar 0,612. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa H2 diterima, yang berarti pertumbuhan E-Commerce terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha. Dengan demikian, semakin tinggi atau semakin baik pertumbuhan E-Commerce, maka semakin baik pula pengembangan usaha UMKM. Jika dilihat dari perspektif *Resource Based View* penggunaan E-Commerce merupakan sumber daya sekaligus kapabilitas yang lebih dekat dengan penciptaan

nilai pasar secara langsung. E-Commerce tidak hanya membantu usaha menjual produk, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, mempercepat transaksi, menurunkan hambatan distribusi, mempermudah promosi, serta membuka akses pada data pelanggan dan pola permintaan. Karena pengaruhnya langsung mengenai aktivitas utama usaha dan pendapatan, maka dampaknya terhadap kinerja cenderung lebih besar. E-Commerce merupakan kemampuan strategis usaha yang hasilnya lebih mudah terlihat dan lebih langsung berhubungan dengan aktivitas pasar, seperti promosi, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Karena itu, pengaruh E-Commerce sering tampak lebih kuat dalam mendorong pertumbuhan usaha.

E-Commerce dapat dipahami sebagai platform digital yang didukung oleh *hardware* dan *software* untuk memfasilitasi aktivitas perdagangan secara online [33]. Menurut [34] tingkat adopsi teknologi oleh pelaku UMKM dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan; semakin kuat persepsi tersebut, semakin besar kemungkinan teknologi diterapkan secara berkelanjutan dalam kegiatan usaha. Berdasarkan hasil penelitian ini, penggunaan E-Commerce berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Hasil ini membuktikan penggunaan platform digital dalam kegiatan usaha mampu mendukung pelaku UMKM dalam memperbesar cakupan pasar, mengoptimalkan kegiatan pemasaran produk, serta memudahkan proses jual beli kepada konsumen. Dengan adanya E-Commerce, pelaku usaha tidak lagi terbatas pada pemasaran konvensional, tetapi dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah dengan biaya yang relatif lebih rendah.

Penggunaan E-Commerce yang maksimal memungkinkan pelaku usaha menjangkau peluang yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan sekaligus mengembangkan usahanya. Selain itu, penggunaan E-Commerce memungkinkan pelaku UMKM memperoleh informasi mengenai preferensi dan kebiasaan konsumen melalui data transaksi berbasis teknologi. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk merancang langkah pemasaran yang tepat serta pertumbuhan usaha yang lebih tepat sasaran. Penggunaan E-Commerce juga terbukti mampu mendukung UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih besar, membuat kegiatan usaha berjalan lebih hemat dan teratur, serta menambah kemampuan usaha untuk bersaing di tengah perkembangan ekonomi digital [35]. Oleh karena itu, penggunaan E-Commerce yang baik diyakini memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan dan pertumbuhan usaha UMKM. E-Commerce membantu UMKM mengurangi beban operasional, memperbesar akses pasar, serta mengefisienkan aktivitas pemasaran dan penjualan. Dengan demikian, E- tidak semata-mata dijalankan sebagai media transaksi, melainkan juga menjadi sarana yang bersifat strategis yang dapat memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin digital.

Penggunaan E-Commerce tidak hanya dimanfaatkan sebagai wadah penjualan, tetapi juga sebagai sarana yang mendukung peningkatan omzet, perluasan pangsa pasar, dan penguatan daya saing, sehingga pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan usaha UMKM. Hal ini juga didukung oleh laporan World Bank yang menunjukkan bahwa pemanfaatan E-Commerce dan platform digital dapat membuka cakupan pasar yang lebih besar serta mendukung pertumbuhan UMKM melalui integrasi yang lebih baik dengan rantai nilai dan ekosistem usaha digital [36].

3.8 Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce dalam Mendukung Pertumbuhan UMKM

Untuk mengetahui Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce secara bersama-sama berpengaruh terhadap Pertumbuhan Usaha UMKM, dilakukan uji F (simultan). Proses uji ini bertujuan untuk memastikan variabel independen secara bersamaan berperan terhadap perubahan pada variabel dependen. Adapun Informasi mengenai analisis F dalam penelitian ini tersaji pada Tabel 5

Tabel 5 Hasil Uji Statistik f (simultan)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	430.115	2	215.058	39.284	<.001
	Residual	437.957	80	5.472		
	Total	868.072	82			
a. Variabel Dependen: Pertumbuhan Usaha						
b. Prediktor: (Konstanta), Pengetahuan Akuntansi, Penggunaan E - Commerce						

Sumber : Data diolah SPSS (2026)

Merujuk pada pengujian simultan dalam tabel ANOVA, Fhitung tercatat sebesar 39,284 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Kondisi ini menandakan probabilitas tingkat signifikansi tercatat terletak di bawah ambang 0,05, sehingga H_0 tidak dapat dipertahankan dan H_a dinyatakan terbukti. Dengan demikian, Pengetahuan Akuntansi dan Penggunaan E-Commerce secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Usaha. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dianggap memadai untuk menjelaskan keterkaitan variabel independen terhadap variabel dependen.

Kombinasi antara pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce dinilai saling melengkapi serta memberikan dampak sinergis dalam mendukung pertumbuhan usaha UMKM. Pengetahuan akuntansi membantu pelaku usaha mengelola keuangan secara lebih tertata dan sistematis, sedangkan E-Commerce membuka peluang perluasan pasar serta meningkatkan efektivitas pemasaran produk. Melalui pemanfaatan teknologi digital seperti E-Commerce pelaku UMKM mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, menambah potensi penjualan, dan mendorong pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan (Meliyah, 2025). Dengan demikian, pelaku UMKM dapat menjalankan usahanya secara lebih profesional serta memperkuat daya saing usaha.

Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya. Hasil penelitian [32] menggambarkan hubungan yang sejalan antara pengetahuan akuntansi dan pertumbuhan UMKM. Penerapan E-Commerce dapat meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan usaha melalui pemasaran yang lebih luas dan efisien [21].

Namun demikian, beberapa kajian menegaskan bahwa penggunaan E-Commerce tidak selalu memberikan hasil optimal tanpa didukung oleh kualitas tenaga pelaksana yang mumpuni. Pengetahuan akuntansi dan pengalaman usaha akan lebih efektif dalam mendorong pertumbuhan usaha apabila pelaku usaha mampu memanfaatkan informasi keuangan secara tepat dalam pengambilan keputusan [24]. Oleh karena itu, kemampuan pelaku UMKM dalam memahami pencatatan keuangan dan memanfaatkan E-Commerce menjadi faktor penting dalam mendukung pertumbuhan usaha secara berkelanjutan [37]. Hanya saja, Pelaku UMKM di Medan Timur cenderung lebih fokus pada perluasan pasar daripada kerapian administrasi. Dalam kenyataannya, pelaku usaha biasanya lebih tertarik pada hal yang hasilnya cepat terlihat, seperti penjualan naik, pelanggan bertambah, dan jangkauan pasar makin luas melalui E-Commerce. Sementara itu, pencatatan keuangan dan administrasi sering dianggap penting, tetapi manfaatnya tidak langsung terasa dalam kegiatan usaha sehari-hari. Karena itu, banyak pelaku UMKM lebih dulu mengejar cara agar dagangan cepat laku, sedangkan urusan administrasi baru diperhatikan setelah usaha mulai berkembang atau saat muncul masalah keuangan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, dapat ditarik kesimpulan pengetahuan akuntansi dan penggunaan E-Commerce berperan dalam mendukung pertumbuhan UMKM di Kecamatan Medan Timur. Pengetahuan akuntansi memudahkan dalam menata keuangan usaha secara lebih tertib, terukur, dan rasional, sehingga keputusan usaha dapat diambil dengan lebih tepat. Sementara itu, penggunaan E-Commerce mendukung pertumbuhan UMKM melalui akses pasar yang luas dan mudah dijangkau, peningkatan keaktifan memasarkan produk, serta kemudahan proses jual beli dengan konsumen. Secara keseluruhan, Makin tinggi pemahaman akuntansi yang dimiliki pelaku usaha serta makin baik pemanfaatan e-commerce, maka semakin besar pula peluang UMKM untuk mengalami pertumbuhan usaha di Kecamatan Medan Timur.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar Dinas Koperasi dan UMKM atau Pemerintah Kota Medan menyelenggarakan pelatihan pembukuan praktis dan penggunaan aplikasi keuangan sederhana bagi pelaku UMKM. Pelatihan tersebut perlu dilaksanakan secara kolaboratif dengan perguruan tinggi, Bank Indonesia, dan penyedia aplikasi keuangan agar materi yang diberikan lebih aplikatif, mudah dipahami, serta dapat langsung diterapkan dalam pengelolaan usaha.

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, karena nilai R^2 sebesar 49,5% menjelaskan variabel dalam penelitian ini hanya mampu menerangkan 49,5% pengaruh terhadap variabel dependen, sebesar 50,5% lainnya turut masih berhubungan dengan faktor lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian. Temuan ini menandakan bahwa model masih belum mencakup seluruh variabel yang berpengaruh. Dengan mempertimbangkan uraian tersebut, penelitian berikutnya dianjurkan untuk melibatkan variabel lain seperti literasi digital, literasi keuangan, inovasi usaha, akses permodalan, kemampuan manajerial, dan orientasi kewirausahaan agar hasil penelitian menjadi lebih lengkap.

REFERENCES

- [1] M. Kaukab, "Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku Umkm 6(2)," *J. Pendidikan, Sains Sos. Dan Agama*, vol. 6, no. 2, hal. 12–22, 2020.
- [2] I. Ardila dan I. Christiana, "Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro Sektor Kuliner Di Kecamatan Medan Denai," *Liabilities (Jurnal Pendidik. Akuntansi)*, vol. 3, no. 3, hal. 158–167, 2020.
- [3] E. Sutrisno dan R. Handayani, "Pengaruh kompetensi kewirausahaan dan inovasi terhadap kinerja UMKM.," *J. Manaj. Dan Kewirausahaan*, vol. 25, no. 1, hal. 45–56, 2023.
- [4] A. Bahasoan, N. Q. S, dan W. I. B, "Transformasi Digital pada UMKM: Penggerak Pertumbuhan Ekonomi dan Inklusi di Negara Berkembang," *J. Indragiri Penelit. Multidisiplin*, vol. 10, no. 1, hal. 15–27, 2024.
- [5] F. Saragih, R. D. Harahap, dan Nurlaila, "Perkembangan UMKM Di Indonesia : Peran Pemahaman Akuntansi, Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 7, no. 3, hal. 2518–2527, 2023.
- [6] Y. E. N. Chandra, R. Z. Firdaus, Syamsurizal, R. Ginting, R. Sakinah, dan D. Rakhmawati, "The Utilization of Digital Marketing and Entrepreneurial Skills in Enhancing Business Success for MSMEs in Bogor City," *J. Manaj. Dan Kewirausahaan*, vol. 11, no. 2, hal. 128–136, 2023.
- [7] B. Herman dan M. Nohong, "Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk, dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)," *URNAL BISNIS, MANAJEMEN, DAN Inform.*, vol. 19, 2022.
- [8] Ismaulina, "Dinamika pengetahuan akuntansi, pengalaman usaha, dan motivasi kerja: analisis penggunaan laporan informasi akuntansi oleh pelaku UMKM.," *J. Akunt. Dan Keuang.*, vol. 15, no. 1, hal. 45–56, 2024.
- [9] J. Barney, "Firm resources and sustained competitive advantage," *J. Manage.*, vol. 17, no. 1, hal. 99–120, 1991.
- [10] A. Navarro-García, E. Sánchez-López, dan R. Martínez-Cañas, "Sumber daya tak berwujud, kemampuan statis dan dinamis, serta keunggulan kompetitif yang dirasakan pada perusahaan pengekspor. Pendekatan PLS-SEM/fsQCA," *Technol. Forecast. Soc. Change*, vol. 197, hal. 122–145, 2024.
- [11] M. A. Ramadhan dan P. G. S. Mohamad Wildan Imansyah, "Pengaruh Pemahaman Pencatatan Transaksi dan Penggunaan Aplikasi Akuntansi terhadap Kualitas Pencatatan Keuangan pada UMKM Es Teh Indonesia," *Jurnal.Unmuhjember*, vol. 5, no. 2, hal. 55–70, 2023.
- [12] D. Lestari, A. Putra, dan F. Rahman, "Digital Transformation and E-CommerceUtilization for MSME Business Growth," *J. Ekon. Dan Bisnis Digit.*, vol. 8, no. 1, hal. 55–67, 2024.
- [13] W. Sri, "Peran E-Commercedalam Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia," *J. Komun. Kominfo*, vol. 5, no. 2, hal. 44–52, 2021.
- [14] T. R. Silaban dan M. Yasin, "Industri UMKM dan E-Commercepada Teknologi di Indonesia.," *J. Ekon. Dan Pembang. Indones.*, vol. 2, no. 2, hal. 17–30, 2024.
- [15] F. D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and user acceptance of Information Technology.," *Manag. Inf. Syst. Q.*, vol. 13, hal. 319–340, 1989.
- [16] E. S. S. Nafajah, H. Jidan azmi alwaisy, dan W. H. Peristiwa, "Pengaruh E-CommerceTerhadap Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) DI Indonesia.," *J. Stud. Multidisipliner*, vol. 56, no. 2, hal. 145–156, 2014.
- [17] G. S. Becker, *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. National Bureau of Economic Research (NBER), New York atau Columbia University Press, 1964.
- [18] N. M. B. Purba dan R. Wangdra, "Analisis PengetahuanAkuntansidan Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha serta Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening," in *Seminar Nasional Ilmu Sosial & Teknologi (SNISTEK)*, 2023, hal. 351–356.

-
- [19] S. Rahayuningsih, U. Oktavia, dan F. Nurfiati, "Analisis Pengelolaan Kas Sebagai Upaya Menjaga Kelancaran Arus Keuangan Pada UMKM. Jurnal Media Akademik," vol. 7, no. 3, hal. 201–213, 2024.
 - [20] N. Halpiah dan R. A. Putra, "IMPLEMENTASI AKUNTANSI SEBAGAI STRATEGI BISNIS UMKM," *J. Ilm. Bisnis Dan Ekon. Asia*, vol. 14, no. 2, hal. 308–321, 2022.
 - [21] Fauziah dan Murtani, "Analisis Peran E -Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan dan Perkembangan Usaha UMKM Produk Busana Muslim di Kecamatan Medan Marelan.," *J. Dunia Pendidik.*, vol. 5, no. 3, hal. 888–899, 2024.
 - [22] M. Farhan, "Pengaruh sistem informasi akuntansi dan E-Commerceterhadap kinerja UMKM di Kecamatan Medan Timur," *J. Ekon. Bisnis, Dan Akunt.*, vol. 11, no. 2, hal. 78–89, 2024.
 - [23] D. Angraini, Y. Riady, P. Putimasurai, A. Pratama, dan A. Sadria, "Transformasi digital dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Indonesia: Sebuah tinjauan sistematis," *J. Pendidik. Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 2, hal. 45–53, 2024.
 - [24] F. Tambunan, "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Dan Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha Dan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening (Kajian Empiris Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal)," *At-TawassuthJurnal Ekon. Islam*, vol. IV, no. 2, hal. 372–393, 2019.
 - [25] J. F. Hair Jr, C. M. Sarstedt, M., Ringle, dan S. P. Gudergan, *Advanced Issues In Partial Least Squares Structural Equation Modeling*. Sage Publications., 2017.
 - [26] J. M. Cortina, "What is coefficient alpha? An examination of theory and applications," *J. Appl. Psychol.*, vol. 78, no. 1, hal. 98–104, 1993.
 - [27] K. S. Taber, "The use of Cronbach's alpha when developing and reporting research instruments in science education," *Res. Sci. Educ.*, vol. 48, hal. 1273–1296, 2018.
 - [28] K. Sijtsma, "On the use, the misuse, and the very limited usefulness of Cronbach's alpha," *Psychometrika*, vol. 74, no. 1, hal. 107–120, 2009.
 - [29] D. McNeish, "Thanks coefficient alpha, we'll take it from here," *Psychol. Methods*, vol. 23, no. 3, hal. 412–433, 2018.
 - [30] F. A. Efendi, E. W. Purwatiningsih, A. F. Permadani, A. Choirunnisa, A. Syifa, dan M. R. Adiyanto, "Penerapan Akuntansi Manajemen dalam Optimalisasi Pengelolaan Keuangan UMKM Es Teh Poci Labang," *JUBIMAJurnal Bintang Manaj.*, vol. 3, no. 3, hal. 63–75, 2025.
 - [31] M. F. Zulfaldi dan M. Sulhan, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa PTKIN Di Jawa Timur," *JIMEA | J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 7, no. 2, hal. 807–820, 2023.
 - [32] L. O. Anto, S. M. N. Purnaman, dan R. Faati, "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha Dan Motivasi Kerja Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Pada Pelaku Umkm," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 8, no. 2, hal. 119–132, 2023.
 - [33] D. P. Rezkia, "No TitleAnalisis Penggunaan E-CommerceBagi UMKM di Era Digital," in *Seminar Nasional Prosiding Ilmu Manajemen Kewirausahaan dan Bisnis*, 2024, hal. 151–163.
 - [34] F. D. Davis, "User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts.," *Int. J. Man. Mach. Stud.*, vol. 38, no. 3, hal. 457–487, 1993.
 - [35] Fauziah dan A. Murtani, "Analisis Peran E-CommerceDalam Meningkatkan Pendapatan dan Perkembangan Usaha UMKM Produk Busana Muslim di Kecamatan Medan Marelan," *J. Dunia Pendidik.*, vol. 5, no. 3, hal. 888–899, 2024.
 - [36] World Bank, "Global Commodity Markets Outlook: The Aftermath of the Energy Shock.," 2023.
 - [37] A. Shavira dan K. R. Ariani, "Pengaruh Penggunaan E-Commerce, Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan Pada Kinerja Perusahaan UMKM.," *J. Akunt. Dan Keuang. Kontemporer*, vol. 7, no. 2, 2024.