

**DIGITALISASI AKUNTANSI DAN *E-COMMERCE* TERHADAP INOVASI  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN UMKM DI KOTA LHOXSUMAWE**

**Shara Amelia Putri<sup>1</sup>, Yusnidar<sup>1\*</sup>, Raudhatinur<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Bumi Persada, Lhokseumawe, Indonesia

\*Correspondence: yuninidar56199@gmail.com

**Abstrak**

Tujuan penelitian ini ingin mengetahui apakah pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu koesioner dan metode dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji t, dan uji koefisien determinansi dengan menggunakan SPSS 21 *for Windows*. Dengan pengambilan semua anggota populasi dijadikan sampel sebanyak 99 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 42,811 > t_{tabel} 0,166$ . Sehingga dapat dibuktikan bahwa H1 diterima. Sedangkan *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap inovasi UMKM di Kota Lhoksemaw  $0,034 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,154 > t_{tabel} 0,166$ . Sehingga dapat dibuktikan bahwa H2 ditolak. Adapun secara simultan digitalisasi akuntansi (X1) dan *e-commerce* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe (Y) dengan nilai  $F_{hitung} 917,612 > F_{tabel} 1,93$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan ataupun secara bersamaan digitalisasi akuntansi  $X_1$  dan *e-commerce*  $X_2$  berpengaruh terhadap inovasi UMKM (Y).

**Kata kunci:** Digitalisasi Akuntansi, *E-commerce*, Pengambilan Keputusan, Inovasi, UMKM

**Abstract**

This study aims to examine whether accounting digitalization and e-commerce influence innovation in decision-making among Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Lhokseumawe City. The data collection techniques employed in this study were questionnaires and documentation methods. The analytical method used in this research was quantitative analysis. The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, multiple linear regression analysis, t-test, and coefficient of determination testing using SPSS 21 for Windows. The study employed a total sampling technique, in which all members of the population were included as samples, resulting in a total of 99 respondents. The findings indicate that accounting digitalization has a positive and significant effect on MSME innovation in Lhokseumawe City, with a significance value of  $0.000 < 0.05$  and a t-value of  $42.811 > t\text{-table value of } 0.166$ . Therefore, H1 is accepted. Meanwhile, e-commerce does not significantly affect MSME innovation in Lhokseumawe City, with a significance value of  $0.034 > 0.05$  and a t-value of  $2.154 > t\text{-table value of } 0.166$ . Thus, H2 is rejected. Simultaneously, accounting digitalization (X1) and e-commerce (X2) have a positive and significant effect on MSME innovation in Lhokseumawe City (Y), as indicated by an F-value of  $917.612 > F\text{-table value of } 1.93$  with a significance level of 0.000. Therefore, it can be concluded that accounting

digitalization (X1) and e-commerce (X2) simultaneously influence MSME innovation (Y).

**Keywords:** Accounting Digitalization, E-commerce, Decision-Making, Innovation, MSMEs

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM berperan penting dalam menyediakan lapangan kerja di sektor informal, melalui unit usaha kecil yang memproduksi dan mendistribusikan berbagai produk dan layanan. Ketahanan sektor ini teruji saat krisis ekonomi 1997-1998, di mana UMKM mampu bertahan dan menjadi penopang ekonomi, berbeda dengan sektor lain yang terpuruk. Meskipun demikian, UMKM Indonesia banyak sekali kendala berbagai persoalan klasik yang beragam, tergantung pada daerah, sektor, atau bahkan antar perusahaan dalam bagian yang cocok. Persoalan luhur yang dihadapi adalah kecilnya vasilitas. Bentuk ini disebabkan oleh masalah internal yang dihadapi UMKM yaitu, rendahnya kualitas SDM dalam manajemen, organisasi,

Berbagai kendala internal masih membayangi UMKM, seperti kurangnya penguasaan teknologi dan pemasaran, serta kelemahan dalam aspek kewirausahaan di kalangan pelaku usaha. Selain itu, masukan UMKM dari berbagi berita, teknologi, pasar, serta penyebab produk masih terbatas. Di sisi lain, masalah eksternal yang mereka hadapi meliputi tingginya anggaran produksi mengakibatkan rendahnya pendukung sehingga terbatasnya bahan baku. Melaksanakan UMKM langkah yang terpenting yaitu dalam mengembangkan usaha dengan mengambil keputusan yang tepat, yang dapat mendukung UMKM bersaing dalam sektor usaha yang lain serta dapat menjaga kelangsungan bisnis. Menurut Prastyawan, dkk (2015) meyakini bahwa “pengambilan keputusan ialah ketrampilan yang terbalut atas arah yang bakal dicapai, bentuk kasus yang dihadapi bersama aspek-aspek kawasan yang mempengaruhi.

Teknologi informasi menjadi faktor kunci yang memengaruhi pengambilan keputusan individu, sebab teknologi ini berperan dalam penyampaian dan pengelolaan informasi. Perkembangannya yang pesat membuka peluang usaha bagi setiap kalangan, membantu mereka meningkatkan fase perekonomian. Diantara barang dari kemajuan teknologi yaitu *e-commerce* yang merupakan kegiatan pemasaran, jual dan beli dengan menggunakan media sistem elektronik seperti internet, televisi serta jaringan komputer.

Inovasi digital memungkinkan UMKM lebih produktif dalam kebutuhan pasar. Tak hanya itu, media sosial kini jadi instrumen yang sangat bagus untuk UMKM serta terinovasi di pasaran dan komunikasi. Melintasi platform ini, mereka mengembangkan kolompok langganan yang rame, interaksi secara langsung, dan mempromosikan produk serta layanan dengan anggaran yang lebih rendah. Inovasi mampu mengembangkan visibilitas dan jualan UMKM. Tapi, mencapai kesuksesan dalam inovasi digital tidak semudah yang kita bayangkan; banyak UMKM mengalami kendala dalam menajukan kemampuan dalam menggunakan digital. Hal ini penting ketika pelaku UMKM dalam memajukan bisnis. UMKM sekarang kebanyakan menggunakan hafalan dalam keuangan, hingga Tingkat akurat tidak terjangkau, menyebabkan pembisnis sulit mengontrol kemajuan bisnis secara betul, sehingga dampaknya ke hasil yang didapatkan. (Firdaus & Rahmawati, 2018).

Dilansir dari artikel Kumparan News (2018), masalah umum yang sering dihadapi UMKM adalah penyajian laporan keuangan, khususnya pencatatan arus kas. Umumnya,

banyak UMKM beroperasi tanpa mengandalkan informasi keuangan yang tersusun rapi. Bahkan, tidak sedikit UMKM yang berhasil meski tanpa laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan. Meskipun demikian, digital akuntansi memiliki banyak kendala tersendiri. Pertama kebutuhan untuk meluaskan kompetensi (SDM), kedua keterbatasan kesadaran dan kemampuan UMKM memakai akuntansi digital. Dukungan penelitian (Muhammad Al Falah, 2018) mengatakan bahwa bentuk berita akuntansi berdampak positif dan signifikan terhadap keberhasilan UMKM.

Faktor lainnya yang mempengaruhi pengambilan keputusan inovasi UMKM yaitu *e-commerce*. *E-commerce* (perdagangan elektronik) yaitu suatu teknis bisnis berhubungan perusahaan, konsumen, serta masyarakat dalam jual beli secara *online* (Fuady, 2005). Kesuksesan perdagangan elektronik berawal dari tingginya minat masyarakat terhadap belanja daring. Dulu, jarak dan waktu kerap menjadi penghalang antara pembeli dan penjual. Namun, dengan hadirnya transaksi jual beli daring, kini masyarakat bisa berbelanja dengan mudah dari mana saja. Belanja online kini sangat digemari di Indonesia. Salah satu contoh nyata keberhasilan inovasi digital pada UMKM adalah penggunaan *platform e-commerce*. *Platform* ini tidak hanya memudahkan UMKM untuk menjual produk secara daring, tetapi juga menyediakan berbagai alat analitik yang sangat berguna. Alat-alat ini memungkinkan UMKM untuk memahami perilaku pelanggan dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Perkembangan perdagangan online *e-commerce* yang cepat sebagai sebuah fakta actual berarti peniagaan di Indonesia. Fakta ini diinginkan dapat memberikan bertambah berlebihan akibat absolut berarti kesejahteraan pemeluan perniagaan digital. Salah satu tantangan yang terberat bisnis *e-commerce* sebenarnya aman, sehingga bisa harapan yang efektif bagi kelompok. Pada tahun 2016, survei yang dilakukan oleh APJII menunjukkan bahwa dari 130 juta pengguna internet, 30% di antaranya masih ragu dengan tingkat keamanan dalam pengalaman bertransaksi online mereka.

Sebuah penelitian oleh Pramiswari & Dharmadiaksa (2017) mendukung hal ini, dengan temuan bahwa penggunaan *e-commerce* mempunyai akibat positif terhadap hasil seseorang untuk pebisnis. Ini menunjukkan bahwa kesempatan masyarakat untuk meningkatkan kinerja melalui wirausaha online sangatlah terbuka lebar. UMKM di Kota Lhokseumawe merupakan Kota yang beraneka ragam usaha dan setiap usaha mengalami pertumbuhan setiap tahunnya sebagaimana data UMKM dibawah ini:

**Tabel 1.1. Data UMKM di Kota Lhokseumawe Tahun 2022-2023**

No	Sektor	Kriteria UMKM 2022			Kriteria UMKM 2023		
		Mikro	Kecil	Menengah	Mikro	Kecil	Menengah
1	Perdagangan	1.985	275	47	2.490	275	47
2	Pertanian	91	1	0	91	1	0
3	Industry	3.187	43	1	3.750	43	0
4	Perikanan	27	7	0	44	7	0
5	Transportasi	1	23	12	15	23	12
6	Perternakan	39	0	0	47	0	0
<b>Total</b>		<b>5.330</b>	<b>349</b>	<b>60</b>	<b>6.437</b>	<b>349</b>	<b>60</b>

Sumber: Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koperasi Kota Lhokseumawe Tahun 2022-2023

Berdasarkan data UMKM diatas, menunjukkan peningkatan jumlah pelaku UMKM setiap tahunnya dimana pelaku UMKM terus untuk melakukan persaingan yang

baik seperti memanfaatkan pembayaran berbasis digital. Dari data tabel tersebut UMKM di sektor industri dan perdagangan yang mengalami peningkatan cukup signifikan. Dalam sektor industri terdapat jenis usaha yang banyak yaitu usaha kuliner, industri fashion, industri kecantikan dan lain-lain, sedangkan perdagangan terdapat jenis banyak yaitu perdagangan bahan bangunan, toko kelontong dan lain-lain

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara dengan bapak Zikrillah pemilik usaha donat di pasar impres Kota Lhokseumawe mengatakan bahwa sejak sembagun usaha sampai sekarang sudah penerapan akuntansi terkait masalah keuangannya, dari pencatatan akuntansi tiap transaksi masuk dan juga beliau membuat laporan keuangan laba rugi untuk menentukan kinerja keuangan dari usaha yang sedang dijalankannya pengeluaran belanja bahan baku, pendapatan tiap bulannya, gaji karyawan serta pengeluaran-pengeluaran lainnya. Tujuannya untuk ingin mengetahui pengeluaran serta pendapatan tiap bulannya. Serta dalam memasarkan, penjualan atau mempromosikan kami menerapkan penjualan melalui elektronik terutama internet (*e-commerce*). Penulis juga mewawancarai ibu Nurmala pemilik toko baju di Kota Lhokseumawe beliau menyatakan bahwa belum menerapkan akuntansi dalam transaksi penjualannya baik itu pendapatan, pengeluaran tiap bulannya, alasan beliau karna sudah terbiasa dalam pencatatan manual untuk saat ini belum kepikiran menerapkan laporan keuangan, namun kedepannya belum tau bisa jadi akan menerapkan akuntansi dalam penjualannya. Namun beliau sudah menggunakan media elektronik untuk mempromosikan serta penjualannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Digitalisasi Akuntansi Dan E-Commerce Terhadap Inovasi Pengambilan Keputusan UMKM Di Kota Lhokseumawe”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah digitalisasi akuntansi berpengaruh secara persial terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah digitalisasi akuntansi berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe
2. Untuk mengetahui apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe

## **KAJIAN TEORI**

### **2.1 Grend Theory**

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang pertama kali diperkenalkan oleh Davis M. pada tahun 1986, membuktikan bahwa tujuan seseorang untuk memanfaatkan teknologi terpilih adalah penentu utama apakah mereka akan benar-benar

menggunakannya atau tidak (Tumsifu et al., 2020). TAM sering dimanfaatkan untuk memahami bagaimana individu menyikapi kemajuan teknologi baru, serta variabel-variabel yang memengaruhi pilihan, penerimaan, dan keinginan mereka dalam mengadopsi inovasi. Model ini dirancang khusus untuk menguraikan aspek-aspek yang memengaruhi penerimaan penggunaan teknologi penerangan. Setiawan (2017) menyatakan bahwa keyakinan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadikannya dasar yang kuat untuk peningkatan pengkajian empiris terkait kesiapan pemanfaatan teknologi baru.

## **2.2. Akuntansi**

Menurut Astiani & Sagoro (2018), akuntansi adalah sebuah proses yang merangkum transaksi dan kejadian dalam perusahaan. Informasi yang dihasilkan ini penting bagi pihak internal maupun eksternal untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks ini, pengetahuan akuntansi dapat diartikan sebagai pemahaman akurat tentang pencatatan, pengelompokan, dan ringkasan peristiwa ekonomi yang krusial untuk pengambilan keputusan. Almer, dkk (2022) menyatakan bahwa Digitalisasi akuntansi merupakan semua yang semula dilakukan secara manual kemudian diubah ke bentuk digital dengan bantuan komputer dalam penggunaannya. Miftah, dkk (2020) menyatakan bahwa “akuntansi digital yaitu perubahan aktivitas keuangan dalam perusahaan secara elektronik dengan melibatkan sistem informasi akuntansi di dalamnya”. Menurut Shatu (2016) dalam Theophilia F.F Leiwakabessy (2023) menyatakan bahwa indikator pemahaman akuntansi dilihat dari siklus akuntansi adalah: *petama* Tahap pencatatan, *kedua* tahap pengikhtisaran. Pengikhtisaran meliputi penyusunan sebagai berikut: (1) Penyusunan neraca saldo (*Trial Balance*) (2) Pembuatan Ayat Jurnal Penyesuaian (*Adjustment Entries*) (3) Penyusunan Kertas Kerja (*Work Sheet*) (4) Pembuatan Ayat Jurnal Penutup (*Closing Entries*) (5) Neraca Saldo Setelah Penutup *ketiga* Tahap pelaporan. Adapun tahap pelaporan terdiri dari (1) Laporan Posisi Keuangan (2) Laporan Laba Rugi (3) Laporan Perubahan Modal (4) Laporan Arus Kas dan (5) Catatan atas laporan keuangan.

## **2.3 E-commerce**

Menurut Kotler & Armstrong (2012), *e-commerce* merupakan frekuensi online yang bisa diakses melintasi komputer. Saluran ini difungsikan oleh pemain bidang usaha untuk melakukan aktivitas usaha mereka dan oleh pelanggan untuk mencari berita. Proses *e-commerce* sendiri dimulai dengan penyediaan informasi produk atau jasa kepada konsumen, yang bertujuan membantu mereka dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

## **2.4 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)**

Menurut Andika (2016), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu bentuk pemberdayaan kelompok yang diinisiasi rezim untuk menekan nilai pengangguran. Melewati pemberdayaan ini, potensi masyarakat diharapkan dapat berkembang secara optimal. Widiyanto (2017) menyebutkan bahwa perusahaan kecil memiliki potensi untuk mengembangkan sumber daya, termasuk tanah, teknologi, bakat khusus, tenaga kerja, modal, dan kebiasaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Nitisusantoro (2010) yang mendefinisikan perkembangan usaha sebagai upaya kolaboratif dari pemerintah daerah, masyarakat, dan pemangku kepentingan untuk memberdayakan bisnis melalui fasilitasi dan pendampingan manajemen. Indikator pengembangan usaha

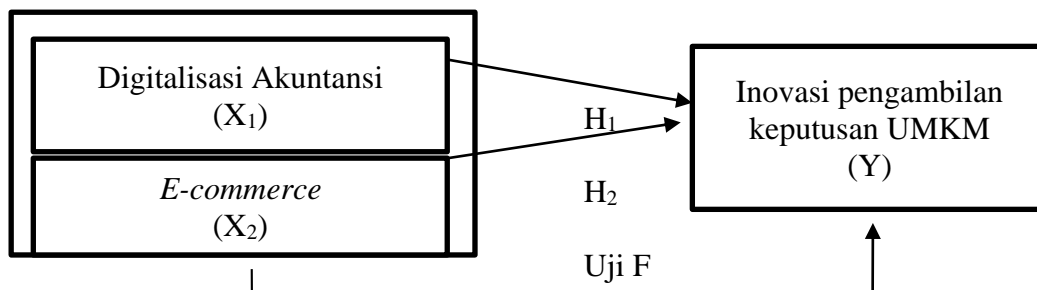
menurut penelitian Elga (2023) menyatakan bahwa indikator pengembangan usaha terdiri dari: peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk dan peningkatan kualitas SDM.

## 2.5 Pengambilan Keputusan

Muktamar (2024) mendefinisikan pengambilan keputusan sebagai proses memilih alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk menyelesaikan masalah atau mencapai tujuan yang sudah ditetapkan, di mana setiap pilihan yang dibuat dapat menentukan keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

## 2.6 Kerangka Berfikir

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Berfikir**



*Sumber: Hasil Dugaan Sementara Peneliti 2025*

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusah permasalahan, landasan teori serta kerangka berfikir yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan yaitu:

H<sub>1</sub>: digitalisasi akutansi berpengaruh signifikan terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kota Lhoksumawe

H<sub>2</sub>: *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM Di Kota Lhoksumawe

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode Penelitan

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menjawab permasalahan yang ada. Pendekatan ini menuntut pengukuran variabel objek yang diteliti secara cermat agar kesimpulan yang dihasilkan bisa di abstraksikan pada batas konteks, tempat, dan keadaan yang berbeda.

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Populasi yaitu kelengkapan tujuan yang akan diteliti yang memiliki karakter tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudia menarik kesimpulan (Sugiono, 2011). Populasi berarti eksperimen ini semua UMKM baik itu dari sektor industri, perdagangan, pertanian, peternakan, perikanan dan tranportasi yang ada di Kota Lhokseumawe sebesar 6.858 UMKM.

### 3.2.2 Sampel

Sampel yaitu separuh dari populasi yang memiliki karakter serupa dengan populasi tercatat (Sugiyono, 2017). Dalam penkajian ini, besaran sampel yang digunakan total 99. Alasan menggunakan sebagian dari populasi karena mewakili sebagian 6.858 populasi, maka yang dijadikan sampel penelitian 99 sampel. Pada patokan UMKM pengutipan sampel penyelidikan dibawah ini:

1. UMKM yang tercatat di Dinas Koperasi dan usaha mikro di Kota Lhokseumawe.
2. UMKM yang lagi berperan yang terlibat kedalam patokan UMKM
3. UMKM yang mempunyai laoran keuangan (laba rugi, naraca, pergantian modal dan arus kas)
4. UMKM yang mencatat laporan keuangan secara manual

Pemilihan sampel penelitian dengan memakai rumus Solvin:

$$n = N / 1 + Ne^2$$

$$n = 6858 / 1 + 6858 (0,1^2)$$

$$n = 6858 / 69.58$$

$$n = 99 \text{ sampel}$$

Ket:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi (eror toleran)

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, kami menggunakan kuesioner atau angket sebagai teknik utama pengumpulan data.

#### a. Angket (Kuesioner)

Dalam penelitian ini, metode survei angket menjadi pendekatan awal atau paling berarti yang digunakan untuk menguji pengaruh *e-commerce* dan pemahaman sistem akuntansi terhadap asesnsi berwirausaha. Metode angket atau kuesioner dapat dibedakan berdasarkan sudut pandang tertentu. Jawaban responden yang berkaitan dengan diberikan skor dengan menggunakan skala *likert*, yaitu (Juliandi, 2014):

**Tabel 3.1**

**Skor Alternatif Jawaban Skala Likert**

Jawaban Pertanyaan	Bobot nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Kurang Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk memastikan keakuratan atau keabsahan data penelitian. Untuk melakukan uji ini, peneliti menggunakan bantuan software SPSS 21. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  *product moment*.

- a. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , maka indikator atau pertanyaan kuesioner dinyatakan valid.

- b. Jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka indikator atau pertanyaan kuesioner dinyatakan tidak valid.

### **3.4.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah metode untuk menimbang seberapa handal atau terpercayanya sebuah alat ukur. Sebuah alat ukur dianggap handal atau reliabel jika membagikan buatan pengukuran yang relatif konsisten ketika digunakan repetitif kali. Dalam analisis ini, pengujian reliabilitas untuk semua item atau pertanyaan akan menggunakan formula Cronbach Alpha. Secara umum, suatu alat ukur dianggap reliabel apabila nilai Cronbach Alpha-nya lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2013).

## **3.5 Teknik Analisis Data**

### **3.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Dalam pengujian ini akan di uji dalam tiga bentuk yang pertama uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

- a. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk memeriksa apakah residual, atau variabel pengganggu dalam sebuah model regresi, mengikuti distribusi normal. Pelanggaran asumsi ini akan menyebabkan uji statistik menjadi tidak valid, terutama untuk sampel berukuran kecil (Ghozali, 2012). Model regresi yang ideal seharusnya memiliki nilai residual yang terdistribusi normal atau mendekati normal.
- b. Pengujian ini umumnya dilakukan menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05. Secara lebih sederhana, kita dapat melihat probabilitas dari statistik Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai statistik tersebut lebih dari 0,05, ini menunjukkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal.

### **3.5.2 Uji Multikolinearitas**

Dalam analisis regresi linier berganda, uji multikolinearitas merupakan langkah penting untuk mendeteksi pelanggaran asumsi klasik. Analisis ini bermaksud untuk memastikan apakah variabel-variabel penjelas (independen) dalam model tidak memiliki hubungan linier yang kuat satu sama lain. Indikasi adanya multikolinearitas dalam model regresi adalah jika nilai Tolerance berada pada angka  $\leq 0,10$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) berada pada angka  $\geq 10$ . Jika kondisi ini terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas memang terjadi.

### **3.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali (2012), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memeriksa apakah varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi tidak sama. Apabila varian residualnya konsisten, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variannya bervariasi, maka kondisi tersebut dinamakan heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji Park. Metode ini melibatkan regresi nilai residual ( $L_{nei}^2$ ) terhadap masing-masing variabel independen. Hasilnya dikatakan tidak ada heteroskedastisitas jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal ini mengindikasikan adanya heteroskedastisitas.

## **3.6. Pengujian Hipotesis**

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, kami akan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini bertujuan untuk menentukan seberapa signifikan

pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Secara spesifik, variabel digitalisasi akuntansi (X1) dan *e-commerce* (X2) akan diuji signifikansinya menggunakan uji t (parsial) untuk pengaruh masing-masing variabel, dan uji F (simultan) untuk pengaruh keduanya secara bersamaan.

**a. Analisis Lenier Berganda**

Pemilihan metode ini didasarkan pada kenyataan bahwa studi ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas, yaitu digitalisasi akuntansi (X1) dan *e-commerce* (X2).

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

Dimana:

Y = Dependent variable (inovasi pengambilan keputusan UMKM)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Independent variable (digitalisasi akuntansi)

X2 = Independent variable (*e-commerce*)

e = Error term

**b. Uji t (Uji Secara Parsial)**

Pada dasarnya, uji-t digunakan untuk mengidentifikasi besarnya pengaruh parsial atau individual yang dimiliki oleh sebuah variabel bebas terhadap variabel terikat. Proses pengambilan keputusannya didasarkan pada kriteria berikut:

1. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat artinya digitalisasi akuntansi (X<sub>1</sub>) dan *e-commerce* (X<sub>2</sub>) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM di Kota Lhokseumawe.
2. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh secara parsial tidak berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM (Y).

**c. Uji F (Uji Secara Simultan)**

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel-variabel bebas yang diteliti secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun kriteria pengujian untuk hasil uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka variabel bebas secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat artinya digitalisasi akuntansi X<sub>1</sub> dan *e-commerce* X<sub>2</sub> secara bersamaan berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM Y.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat artinya kualitas kerja X<sub>1</sub> dan *e-commerce* X<sub>2</sub> secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan UMKM Y.

**HASIL PENELITIAN**

**4.1 Analisis Data**

**4.1.1 Uji Kualitas Data**

Uji validitas bertujuan untuk memastikan kuesioner yang digunakan sudah benar. Suatu kuesioner dikatakan valid jika setiap pertanyaan di dalamnya benar-benar mengukur konsep yang ingin diteliti (Ghazali, 2018). Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan SPSS, kemudian nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  ditentukan dengan derajat kebebasan (df) = n-2, yaitu 99-2 = 97. Hasil perbandingan ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	r hitung	r Tabel	Keputusan
1.	Digitalisasi akuntansi	X1	0,619	0,166	Valid
		X2	0,570	0,166	Valid
		X3	0,508	0,166	Valid
		X4	0,625	0,166	Valid
		X5	0,550	0,166	Valid
		X6	0,512	0,166	Valid
2.	<i>E-commerce</i>	X1	0.630	0,166	Valid
		X2	0,587	0,166	Valid
		X3	0,540	0,166	Valid
		X4	0,508	0,166	Valid
		X5	0,495	0,166	Valid
		X6	0,456	0,166	Valid
		X7	0,414	0,166	Valid
		X8	0,484	0,166	Valid
3.	Inovasi UMKM	X1	0,603	0,166	Valid
		X2	0,478	0,166	Valid
		X3	0,488	0,166	Valid
		X4	0,531	0,166	Valid
		X5	0,509	0,166	Valid
		X6	0,543	0,166	Valid
		X7	0,472	0,166	Valid
		X8	0,289	0,166	Valid

Sumber: Output SPSS data yang diolah 2025

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Nilai  $r_{\text{tabel}}$  diperoleh dari perhitungan *degrees of freedom* ( $df = (n-k)$ ), di mana  $n$  adalah jumlah sampel penelitian dan  $k$  adalah jumlah item variabel. Dengan demikian, nilai  $df = (99-2)$  menghasilkan 97. Pada tingkat signifikansi 0,05, nilai  $r_{\text{tabel}}$  yang didapat adalah 0,166. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua indikator valid karena memenuhi asumsi, yaitu nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$ .

#### a. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas berfungsi sebagai alat ukur keandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator variabel atau konstruk (Ghazali, 2018:45). Uji ini bertujuan untuk memastikan apakah instrumen penelitian yang digunakan handal, konsisten, dan stabil. Artinya, jika jawaban seorang responden terhadap pertanyaan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka instrumen tersebut dianggap reliabel. Reliabilitas suatu variabel diukur dengan nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Variabel penelitian dianggap reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 2. Uji Realibilitas

No.	Variabelst	Nilai $\alpha$	Keterangan
1	Digitalisasi akuntansi	0,772	<i>Reliable</i>
2	<i>e-commerce</i>	0,711	<i>Reliable</i>
3	Inovasi UMKM	0,695	<i>Reliable</i>

Sumber: Output SPSS data yang diolah 2025

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan hasil uji realibilitas nilai *alpha* untuk masing-masing variabel penelitian yaitu untuk variabel digitalisasi akuntansi ( $X_1$ ) memiliki nilai *alpha* 0,772, variabel *e-commerce* ( $X_2$ ) memiliki nilai *alpha* 0,711 dan untuk variabel inovasi UMKM (Y) memiliki nilai *alpha* 0,695. Dengan demikian, pengukuran nilai Cronbach Alpha untuk variabel-variabel penelitian ini memenuhi asumsi dan dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha > 0,60.

**4.1.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik pada penelitian ini sebagai berikut:

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa data variabel dependen dan independen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Penelitian ini menerapkan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) untuk menguji normalitas variabel. Hasil pengujian dari analisis K-S terhadap setiap variabel disajikan di bawah ini.

**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
	N	99
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	,43767795
Most Extreme	Absolute	,074
Differences	Positive	,068
	Negative	-,074
	Kolmogorov-Smirnov Z	,738
	Asymp. Sig. (2-tailed)	,648

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS data yang diolah 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,648, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi secara normal.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Pengukuran uji multikolinieritas ini dapat dilihat pada semua variabel bebas penelitian. Ketentuannya adalah nilai VIF harus kurang dari 10 ( $VIF < 10$ ), dan nilai toleransi untuk setiap variabel bebas harus lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1). Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Uji Multikolinieritas**

No.	Variabel Penelitian	Toleransi	VIF
1	Digitalisasi akuntansi	1,000	1,000
2	<i>E-commerce</i>	1,000	1,000

Sumber: Output SPSS data yang diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.4, terlihat bahwa variabel digital akuntansi ( $X_1$ ) memiliki nilai toleransi 1,000 dan nilai VIF 1,000. Demikian pula, variabel *e-commerce* ( $X_2$ ) menunjukkan nilai toleransi 1,000 dan nilai VIF 1,000. Dari hasil perhitungan ini, karena setiap variabel bebas memiliki nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas dalam model regresi ini.

**c. Heteroskedastisitas**

**Tabel 4.5**  
**Heteroskedastisitas**

Variabel Penelitian	Sig.	Kesimpulan
Digitalisasi akuntansi X1	0,848	Tidak Terjadi
e-commerce X2	0,590	Tidak Terjadi

Sumber: Output SPSS data yang diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.5, diketahui bahwa variabel digitalisasi akuntansi (X1) memiliki nilai signifikansi 0,848, yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas. Demikian pula, variabel *e-commerce* (X2) dengan nilai signifikansi 0,590, yang juga lebih besar dari 0,05, menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah dianggap baik.

**4.1.3 Pengujian Hipotesis**

**a. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Analisis ini membantu kita memahami arah hubungan (positif atau negatif) di antara variabel-variabel tersebut, serta memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independent

**Tabel 4.6. Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,643	1,061		2,492	,014
1 digitalisasi akuntansi	,648	,015	,974	42,811	,000
1 e-commerce	-,045	,021	-,049	-2,154	,034

a. Dependent Variable: inovasi UMKM

Sumber output SPSS data olahan 2025

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa variabel digitalisasi akuntansi berpengaruh (nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ ). Sedangkan variabel *e-commerce* tidak berpengaruh (nilai signifikan  $0,034 > 0,05$ ). Dari pengujian regresi linier berganda yang tersaji pada tabel tersebut dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,643 + 0,648 X_1 + 0,045 X_2 + e$$

Persamaan regresi dia atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pada nilai konstanta sebesar 2,643 bernilai positif, mengindikasikan bahwa jika variabel independen (digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*) adalah nol, maka keputusan inovasi UMKM akan semakin baik.
2. Pada nilai koefisien variabel digitalisasi akuntansi ( $X_1$ ) memiliki nilai sebesar 0,648 berarti jika variabel tersebut meningkat 1% maka terjadi peningkatan pada inovasi UMKM (Y) sebesar 0,648
3. Pada nilai koefisien variabel *e-commerce* ( $X_2$ ) memiliki nilai sebesar 0,045 yang berarti jika variabel tersebut meningkat 1% maka terjadi peningkatan pada inovasi UMKM (Y) sebesar 0,045

**b. Uji t**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial dari masing-masing variabel independen (yaitu digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*) terhadap variabel dependen inovasi UMKM.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji t (Uji Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,643	1,061		2,492	,014
1 digitalisasi akuntansi	,648	,015	,974	42,811	,000
e-commerce	-,045	,021	-,049	-2,154	,034

a. Dependent Variable: inovasi UMKM

Sumber: output SPSS data olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.7 yang merupakan hasil olah data SPSS, nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari perhitungan *degrees of freedom* ( $df = (n-k-1)$ ). Dengan  $n=99$  (jumlah sampel) dan  $k=3$  (jumlah variabel independen, diasumsikan dari konteks sebelumnya digitalisasi akuntansi, *e-commerce*, dan satu lagi jika ada, jika tidak maka  $k=2$ ), maka  $df = (99-3-1) = 95$ . Pada tingkat signifikansi 0,05, nilai  $t_{tabel}$  yang diperoleh adalah 0,166. Berikut adalah penjelasan untuk uji t (uji parsial).

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa  $X_1$  yaitu digitalisasi akuntansi berpengaruh terhadap inovasi UMKM. Berdasarkan uji statistik  $t_{hitung}$  menunjukkan signifikansi digitalisasi akuntansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 42,811 > t_{tabel} 0,166$ . Sehingga dapat dibuktikan bahwa  $H_1$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa digitalisasi akuntansi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap inovasi UMKM.  $H_1$  diterima.
2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa  $X_2$  yaitu *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi UMKM. Berdasarkan uji statistik  $t_{hitung}$  menunjukkan signifikansi *e-commerce* sebesar  $0,034 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,154 > t_{tabel} 0,166$ . Sehingga dapat dibuktikan bahwa  $H_2$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap inovasi UMKM.

**c. Uji F**

Berikut ini merupakan tabel uji F (uji silmultan) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji F (Uji Silmultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358,883	2	179,442	917,612	,000 <sup>b</sup>
	Residual	18,773	96	,196		
	Total	377,657	98			

a. Dependent Variable: inovasi UMKM

b. Predictors: (Constant), e-commerce, digitalisasi akuntansi

Sumber: output SPSS data olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, hasil olah data SPSS menunjukkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 917,612. Untuk nilai  $F_{tabel}$ , dihitung dari *degrees of freedom* ( $df = (n-k)$ ), yaitu  $(99-3) = 96$ . Dari tabel uji F, pada  $df 96$ , diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 1,93. Maka, karena  $F_{hitung} (917,612) > F_{tabel} (1,93)$  dan tingkat signifikansi 0,000, dapat disimpulkan bahwa secara

simultan atau bersamaan, digitalisasi akuntansi ( $X_1$ ) dan *e-commerce* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap inovasi UMKM ( $Y$ ).

**d. Koefisien Determinan**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menilai total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Hasil pengujian ini adalah koefisien determinasi disesuaikan (adjusted  $R^2$ ). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Jika sebuah model regresi memiliki lebih dari dua variabel independen, penggunaan nilai adjusted  $R^2$  ini lebih disarankan. Hasil pengujian koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,975 <sup>a</sup>	,950	,949	,442

a. Predictors: (Constant), *e-commerce*, digitalisasi akuntansi

Sumber: output SPSS data olahan 2025

Berdasarkan Tabel 4.9, hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* ( $R_2$ ) sebesar 0,949. Angka ini mengandung arti bahwa 94,9% inovasi UMKM dipengaruhi oleh variabel digitalisasi akuntansi dan *e-commerce*, yang termasuk dalam kategori pengaruh kuat. Sementara itu, sisanya 5,1% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan utamanya:

1. Digitalisasi akuntansi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 42,811 (lebih besar dari  $t_{tabel}$  0,166). Dengan demikian, Hipotesis 1 ( $H_1$ ) diterima.
2. *E-commerce* tidak berpengaruh terhadap inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe. Ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,034 (lebih besar dari 0,05). Meskipun nilai  $t_{hitung}$  2,154 lebih besar dari  $t_{tabel}$  0,166, kriteria signifikansi utama tidak terpenuhi. Oleh karena itu, Hipotesis 2 ( $H_2$ ) ditolak.
3. Secara simultan, digitalisasi akuntansi ( $X_1$ ) dan *e-commerce* ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe ( $Y$ ). Ini didukung oleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 917,612 (lebih besar dari  $F_{tabel}$  1,93) dengan tingkat signifikansi 0,000. Jadi, secara keseluruhan, kedua variabel ini memiliki pengaruh bersama terhadap inovasi UMKM.
4. Berdasarkan koefisien determinasi ( $R_2$ ), nilai *R Square* sebesar 0,949 atau 94,9%. Ini menunjukkan bahwa digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* secara bersama-sama mampu menjelaskan 94,9% dari variasi inovasi UMKM di Kota Lhokseumawe. Sisa 5,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

**5.2. Saran**

Saran yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu: Bagi pelaku UMKM Kota Lhokseumawe disarankan untuk dapat meningkatkan kesadaran dalam meningkatkan akan majunya teknologi mengenai *e-commerce*, serta pemahaman dalam penggunaan digitalisasi akuntansi dalam menjalankan serta memudahkan penjualan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Akifa, N. P. (2011). *Komplet Akuntansi Untuk L/KM dan Waralaba*. Yogyakarta: Laksana.
- Al Mchtar, S. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri.
- Almer, R. Y. (2022). Kesiapan UMKM dalam Megemplementasikan Digitalisasi Ekonomi. *Univesitas Jendral Suederman*. doi:10.15408/akt.v141.24355
- Andika Andi Sanjaya Putra. (2016). Strategi Peremberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Lebah Madu Kelompok Tani Tahtara (Mejekarto). *Jurnal Acana-Volume 19*.
- Anoraga, P. (2017). *Pengantar Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Rineka Cipta.
- Arief, & Rahman. (2009). *Peranan Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Memnenga* . Yogyakarta: Seminar Teknologi Informas.
- Azhar, S. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Azuar Juliadi, d. (2014). *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMBU PRESS.
- Budianto, R. d. (2015). *Pengembangan UMKM*. Yongjakarta:Gajah Mada Pres.
- Chuttur, M. (2009). Overview of the Technology Acceptance Model; Orignis, Development and Future Direction. *Sprouts: Working Papers On Informaton System*, 9 (37), 1-21.
- Dian, W. (2009). *Jurnal Teknologi E-Commerce dalam Proses Bisnis*.
- Firdaus, D. W. (2018). Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Laporan . *Is The Best Accounting Information Systems and Information* , 3(1), 236–248.
- Fress, & Warren, R. (2016). *Accounting, Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jhosep, W., & Wilkinson. (2008). *Counduting an Information System. USA*.
- Kotler, P, Armstrong, & G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jorsey: Printice Hall.
- Miftah, & Febri, S. (2020). Digitalisasi Akuntansi Pengelolaan Keuangan Dengan Metode Accrual Bisnis pada Klinik As Shifa Kendal. *13 (1): 47-62*.
- Mintzberg, & Henry. (2006). *Crafting Strategy: Strategy: Seeking and Securing Competitive Advantage. Montgomery. Cynthia A: dan Poter. Michael E. (eds) Boston The Hervand Business Review Book*.
- Nugroho, & A. (2006). *E-Commerce: Memahami Perdangan Modern di Dunia Maya (Ist ed)*. Penerbit Inormatika Bandung.
- Pasolong, H. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Prasatio, E. M. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Tulungagung. *Jurnal Universitas Tulungagung*.
- Prastyawan, Yani, A., & Lestari. (2015). *Pengambilan Keputusan*. Surabaya: Unesa University Pres.
- Ramhan, A. (2009). *Peranan Teknologi Informasi dalam peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Memnenga*. Yogyakarta: Seminar Teknologi Informasi (Snati).
- Samir, A. L. (2011). Indenfikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Catering di Kota Bandung. *Jurnal Sekolah Bisnis dan Mananjemen Institut Teknologi*, Bandung, Vol 10.
- Sari, & N. (2016). Pengaruh Kapasitas Sumber Daya Manusia, Pemahaman Akuntansi, Penerapan Sap, Pemanfaatan Teknologi Informasi, dan Sistem Pengendalian Intern terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah (Studi Empiris pada satuan Kerja Perangkat Daerah Kabupaten). *JO M Fekom*, 3 (1).

## **Journal of Economics Management and Accounting**

Volume 2, Nomor 2, November 2024

- Selvi , M., & Tiris, S. (2023). E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan di Distro SPRK.APPARER Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol.7 No. 1.
- Simon A, & Herbert. (2004). *Administrative Behavior Administrai*. Jakarta: Bumi Angkasa.
- Soemarso. (2018). *Akuntansi Suatu Pengantar 1*. Jakarta: Selemba Empat.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta , CV.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. Bandung: Lingga Jaya.
- Swiecka, B. T. (2021). Transaction Factors Influence On the Choice of Payment by Polish Consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58.
- Terry, R. G. (2013). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksana.
- Widiyanto. (2008). *Studi Kelayakan Bisnis*. Semarang: UNNES PRESS. York: Jhon Wilwy and sons Inc.