



BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Telaah Pustaka

2.1.2 Teori Atribusi

Menurut Heider (1958) Teori atribusi yang menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan penyebab eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menjalankan bisnisnya yaitu adanya pengaruh perubahan atau pemanfaatan teknologi. Teori Atribusi adalah teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang ditentukan oleh kombinasi antara kekuatan internal dan kekuatan eksternal. Proses atribusi sangat berguna untuk membantu memperoleh pemahaman terkait akan penyebab perilaku dan sebagai mediator penting bagi reaksi kita terhadap dunia sosial. Ketika mengobservasikan perilaku seseorang, kita berupaya untuk menentukan apakah perilaku tersebut disebabkan secara internal maupun eksternal. Kinerja UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu literasi keuangan, pengetahuan keuangan, akses permodalan, dan minat penggunaan e-commerce. Hubungan teori atribusi dengan variabel Literasi Keuangan adalah apabila tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi maka dapat membantu dalam meningkatkan kinerja usaha, contohnya seperti pengetahuan dalam mengelola keuangan usaha apabila pelaku usaha UMKM dapat mengelola keuangan usahanya dengan baik maka usaha tersebut akan memiliki perkembangan yang baik, karena pelaku usaha tersebut mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan serta pengambilan keputusan keuangan pada usaha nya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Sebagian besar pelaku usaha sudah menggunakan *e-commerce* dan banyaknya tuntutan dari konsumen yang lebih menyukai belanja secara online sehingga mendorong para pelaku usaha untuk menggunakan *e-commerce* agar dapat meningkatkan daya saing yang nantinya dapat berpengaruh terhadap kinerjanya. Penerapan *e-commerce* merupakan salah satu strategi yang efektif dalam menunjang kinerja UMKM. Penggunaan media sosial seperti Facebook dan Instagram bagi UMKM berdampak positif terhadap kinerja yang meliputi kinerja pelayanan pelanggan, penjualan, pemasaran dan operasi internal.

2.1.2 E-commerce

2.1.2.1 Pengertian *E-commerce*

Transaksi yang dilakukan pun lebih cepat karena dilakukan secara online dan hanya memerlukan beberapa klik. Penggunaan sistem komputer yaitu berupa website dalam melakukan transaksi jual-beli berbagai jenis produk baik barang maupun jasa secara online merupakan yang dimaksud dengan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi perusahaan (Aqila, 2024).

Menurut (Prasetyo & Farida, 2022) *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. *Electronic commerce* merupakan proses pembelian, penjualan, pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan internet (Wahyuni, 2021). Penggunaan teknologi *e-commerce* akan membantu



para pelaku usaha sekaligus pelanggan dalam melakukan transaksi jual beli (Prasetyo & Farida, 2022).

E-commerce adalah istilah yang digunakan atau sering didengar sehubungan dengan internet saat ini. Singkatnya, *e-commerce* adalah kumpulan dinamis dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu. Sistem penjualan *e-commerce* adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan komputer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi (Azhari Hutabarat et al., 2022). Kaitan antara sistem penjualan *e-commerce* dengan kinerja keuangan adalah dengan kemudahan yang dibawa oleh teknologi ini maka proses penjualan menjadi lebih efisien, sehingga minat konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat terdorong. Ketika penjualan meningkat, itu mempengaruhi keuntungan yang dihasilkan. *E-commerce* merupakan suatu sistem atau paradigma baru dalam dunia bisnis, yang menggeser paradigma tradisional menjadi electroniccommerce yaitu dengan memanfaatkan teknologi ICT (*Information and Communication Technology*), atau dengan kata lain teknologi internet. *E-commerce* adalah dimana dapat membeli dan menjual produk dan layanan melalui internet dan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi Perusahaan (Salma, 2024).

E-commerce adalah kumpulan dari teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan komunitas tertentu. Sistem penjualan *e-commerce* adalah proses jual beli produk atau jasa untuk meningkatkan



keuntungan bisnis, serta menggunakan jaringan computer atau internet untuk transaksi, baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran maupun distribusi (Salma, 2024).

2.1.2.2 Tujuan *e-commerce*

Menjadikan *e-commerce* sebagai sebuah peluang yang sangat menjanjikan terutama dalam hal transaksi penjualan dalam dunia digital:

1. Menambah pelanggan.
2. Memperluas area pemasaran produk.
3. Meningkatkan merk (*brand*).
4. Biaya hosting web (domain) yang jauh lebih murah dari pada biaya sewa toko dalam bentuk fisik, hal ini berarti dapat menurunkan tingkat biaya operasional.
5. Kemudahan dalam hal pemesanan produk karena bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun oleh masing-masing konsume. Kemudahan dalam hal pembayaran tanpa perlu menggunakan uang tunai, melainkan pembayaran transfer via ATM (*Automatic Teller Machine*), menggunakan bantuan pihak ketiga, mampu menggunakan kredit.
6. Kemudahan dalam akses memperoleh informasi produk tanpa perlu mendatangi lokasi toko.

2.1.2.3 Indikator *E-commerce*

Menurut mengemukakan (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa *e-commerce* terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Efisiensi Biaya Pengeluaran



Biaya pengeluaran merupakan strategi perusahaan untuk meminimalkan biaya. Biaya menjadi salah satu faktor yang mendorong konsumen Indonesia menggunakan *e-commerce*. Dalam beberapa kasus, semakin murah biaya teknologinya, maka semakin cepat pula teknologi tersebut digunakan dan diadaptasi dalam suatu organisasi.

2. Reputasi

Reputasi merupakan ukuran di mana sebuah *e-commerce* dapat membentuk keyakinan calon konsumen dan konsumen yang sudah ada, serta memengaruhi perilaku pembelian mereka.

3. Pemasaran

Pemasaran merupakan mekanisme di mana kegiatan pendistribusian untuk mempromosikan dan menjual produk barang atau jasa tertentu dari produsen ke konsumen. Tujuan pemasaran adalah merancang, mengevaluasi, mempromosikan dan mendistribusikan produk dan 18 layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang sudah ada atau calon pembeli.

4. Kemudahan dalam Berbisnis Online

Kemudahan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi mudah diaplikasikan.

2.1.3 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 (Natsiruddin, 2023). *Culture theory* bahwa



budaya organisasi adalah kerangka kerja kognitif yang terdiri dari sikap-sikap, nilai-nilai, norma perilaku dan harapan bersama yang dirasakan oleh anggota organisasi.

Budaya organisasi merupakan pandangan hidup organisasi yang dihasilkan melalui pergantian generasi pegawai Sudarmanto (2009). Budaya organisasi juga memiliki peran yang penting dalam sebuah organisasi (Natsiruddin, 2023). Perusahaan yang memiliki budaya organisasi yang baik, cenderung akan melakukan pekerjaan yang baik dan akan berdampak pada kinerja perusahaan yang lebih baik daripada perusahaan pesaing yang memiliki budaya organisasi yang kurang baik. Budaya organisasi yaitu suatu nilai, norma yang mengarahkan perilaku setiap anggota organisasi. Setiap anggota yang ada di dalam organisasi akan berperilaku sesuai dengan budaya yang berlaku agar diterima oleh lingkungannya (Wahyuni, 2021).

Menurut (Pokhrel, 2024) budaya organisasi adalah nilai-nilai yang dibangun menjadi sebuah organisasi, sehingga mereka dapat memahami satu sama lain, membuat anggota merasa seperti keluarga, dan menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lain. Budaya organisasi mencakup pedoman perilaku, pemikiran dan tindakan yang diajarkan dan diterapkan oleh anggota organisasi. Perusahaan yang memiliki budaya organisasi yang baik, cenderung akan melakukan pekerjaan yang baik dan akan berdampak pada kinerja perusahaan yang lebih baik daripada perusahaan pesaing yang memiliki budaya organisasi yang kurang baik.



Komitmen organisasi mengacu keterikatan emosional dan psikologis yang dirasakan karyawan terhadap organisasi mereka. Karyawan yang sangat berkomitmen pada organisasi mereka lebih mungkin untuk tetap terlibat dalam pekerjaan mereka, menunjukkan kesetiaan, dan melakukan tugas mereka dengan tekun. Komitmen organisasi sering dianggap sebagai penentu utama perilaku karyawan dan terkait erat dengan faktor-faktor seperti kepuasan kerja, niat pergantian, dan produktivitas (Badewin, 2024).

2.1.3.1 Manfaat budaya organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024), manfaat budaya organisasi meliputi:

1. Sebagai identitas organisasi budaya, organisasi mencerminkan identitas organisasi, termasuk aspek-aspek seperti visi, misi, tujuan, filosofi, serta etika yang diyakini oleh organisasi. Melalui budaya organisasi yang kuat dan konsisten, organisasi dapat mengembangkan identitas yang berbeda dan membedakan diri dari organisasi lain.
2. Peningkat kinerja dan efektifitas kinerja, dan efektivitas organisasi dapat meningkat melalui budaya organisasi yang baik. Budaya organisasi positif juga mampu mendorong kerja sama antar anggota organisasi, meningkatkan kualitas kerja, serta mencapai tujuan organisasi secara lebih efektif.
3. Peningkatan loyalitas dan motivasi, Budaya organisasi yang positif mampu meningkatkan loyalitas dan motivasi di antara anggota organisasi. Budaya organisasi yang memberikan dukungan serta nilai-nilai kontribusi anggota organisasi akan meningkatkan loyalitas dan motivasi kerja anggota organisasi.
4. Peningkatan pelayanan dan kepuasan pelanggan budaya, organisasi yang baik



mampu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Anggota organisasi dengan budaya kerja positif mendorong mereka untuk memberikan layanan yang lebih baik dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.

5. Peningkatan inovasi dan kreativitas budaya, organisasi yang positif dan inovatif mendorong inovasi serta kreativitas organisasi. Mengembangkan solusi inovatif dan efektif adalah kunci untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh organisasi.
6. Peningkatan citra organisasi budaya, organisasi yang positif dapat meningkatkan citra dan reputasi organisasi di mata masyarakat. Budaya organisasi yang positif mencerminkan sikap dan profesionalisme organisasi yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi.

2.1.3.2 Indikator budaya organisasi

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa budaya organisasi terdiri dari empat indikator yaitu:

1. Inovatif menghitung risiko ,budaya organisasi yang mengutamakan inovasi sekaligus memiliki kesadaran yang tinggi akan potensi risiko yang mungkin muncul akibat inovasi tersebut.
2. Berorientasi pada hasil yang akan dicapai, dengan budaya yang berorientasi pada hasil, perusahaan mengutamakan kinerja, kesuksesan, dan pencapaian tujuan sebagai fokus utama.
3. Berorientasi pada semua kepentingan karyawan, mencerminkan dedikasi organisasi untuk memperhatikan dan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan



kesejahteraan karyawan secara keseluruhan. Organisasi dengan budaya seperti ini memahami pentingnya mencapai keseimbangan antara tujuan perusahaan dan kebutuhan karyawan.

4. Berorientasi detail pada tugas, mencerminkan penekanan organisasi pada pencapaian tujuan dan pelaksanaan pekerjaan dengan efisien.

2.1.4 Literasi Keuangan

Menurut OJK (2017) literasi keuangan merupakan serangkaian proses atau aktivitas guna meningkatkan pengetahuan, keyakinan dan keterampilan konsumen serta masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan baik dan meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan. Ketika perilaku usaha memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, maka akan cenderung mampu mengelola keuangan usahanya secara lebih baik, serta mampu mengenali dan mengakses sumber daya keuangan sehingga diharapkan akan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Menurut Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 pengertian literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*) yang mempengaruhi sikap (*attitude*) dan perilaku (*behaviour*) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Aqila, 2024). Aspek keuangan merupakan salah satu unsur utama dalam pengelolaan perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Inklusi keuangan, sikap keuangan, dan literasi keuangan semuanya mempengaruhi peluang keberhasilan UMKM. Literasi keuangan merupakan faktor yang fundamental untuk pertumbuhan ekonomi dan



kestabilan keuangan bagi konsumen, penyedia jasa keuangan dan pemerintah. Literasi keuangan yang baik akan menimbulkan keputusan pembelian yang mengedepankan kualitas, dan meminimalisir keputusan yang salah yang akan diambil terhadap isu ekonomi dan keuangan (Prasetyo & Farida, 2022).

Literasi keuangan merupakan segala hal yang berhubungan dengan keuangan dapat dimengerti guna pengambilan keputusan dengan mudah (Aqila, 2024). Permasalahan mengenai literasi keuangan pada pelaku usaha yaitu sebagian besar pelaku usaha tidak melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023).

2.1.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

Menurut (Salma, 2024) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah:

1. Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi literasi keuangan seseorang. Perbedaan jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan. Laki-laki lebih mempunyai kepercayaan diri yang tinggi dalam membuat keputusan keuangan dibandingkan dengan Perempuan yang lebih cenderung menghindari resiko dibandingkan laki-laki.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan karena semakin tinggi pendidikan, semakin luas akses untuk mendapatkan informasi, termasuk keuangan.

3. Tingkat pendapatan



Dalam literasi keuangan, pendapatan diartikan sebagai penghasilan yang didapat dari aktivitas perusahaan, seperti penjualan, sewa, bunga, dan penghasilan jasa.

2.1.4.2 Indikator literasi keuangan

Menurut (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023) menyatakan bahwa indikator literasi keuangan sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola informasi ekonomi, membuat perencanaan keuangan dan mengambil keputusan yang tepat.

2. Perilaku

Pemikiran, pendapat, dan penilaian individu terhadap situasi keuangan mereka dapat membentuk keputusan yang mereka buat. Misalnya kebiasaan menabung, ketika individu memiliki gagasan, penilaian dan pendapat bahwa menabung bukanlah hal yang penting, maka hal ini akan terus membentuk kebiasaan/perilaku yang sulit untuk diubah.

3. Sikap

Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang dapat memiliki banyak arti tergantung tergantung pada tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang, termasuk uang sebagai bagian penting dari kehidupan, kehormatan, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan sumber kejahatan. Banyak faktor yang mempengaruhi sikap finansial, antara lain pengalaman masa kecil, pendidikan, status sosial finansial, lingkungan sosial ekonomi, dan keluarga.



2.1.5 Kinerja UMKM

2.1.5.1 Pengertian kinerja UMKM

Kinerja didefinisikan sebagai tingkat keberhasilan didalam melaksanakan tugas serta kemampuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan yang merupakan salah satu tolak ukur individu dan kinerja sebagai kualitas dan kuantitas dari pencapaian tugas tugas, baik yang dilkauan individu, kelompok, maupun perusahaan. Disamping pengertian tersebut, kinerja atau performance sering disebut sebagai outcome yang berarti hasil akhir. Kinerja yaitu pencapaian tujuan tertentu oleh individu atau organisasi (Pokhrel, 2024).

Kinerja adalah pelaksanaan tugas seseorang selaras dengan tanggung jawab dan wewangnya di. 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 (Natsiruddin, 2023). Kinerja UMKM dianggap sebagai komponen penting untuk mencapai tujuan perusahaan (Hoiron, 2018). Penerapan teknologi *e-commerce* dan SIA merupakan dua faktor yang dapat memengaruhi efektivitas kinerja pelaku UMKM. Efektivitas kinerja saat ini tentunya didukung dengan adanya perkembangan teknologi dengan perkembangan tersebut, masyarakat ditantang untuk mengikuti perkembangan tersebut dengan memanfaatkan teknologi secara maksimal (Fitrah & Yuliati, 2023).

Kinerja merupakan hasil capaian pekerjaan yang memiliki hubungan yang kuat dengan tujuan strategis organisasi (Natsiruddin, 2023). Peningkatan kinerja



akan membawa kemajuan bagi suatu usaha untuk dapat bertahan dalam persaingan dan tidak mengalami kebangkrutan. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan maka perusahaan harus memiliki kinerja yang baik. Kinerja yaitu gambaran mengenai kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara maksimal untuk tujuan perusahaan (Wahyuni, 2021).

Kinerja UMKM adalah menunjukkan kinerja teladan di berbagai bidang, meliputi keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran (Wahyuni et al., 2021). Kinerja UMKM menjadi suatu hal yang penting dimasa pandemi seperti ini. Kinerja juga merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam perkembangan UMKM, karena salah satu aspek yang berperan penting dalam kemajuan UMKM adalah kinerja. Kinerja UMKM dianggap menjadi salah satu tolak ukur dalam pencapaian tujuan perusahaan (Wahyuni et al., 2021).

Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dicapai oleh seorang individu dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut di dalam perusahaan dan pada suatu periode tertentu, dan akan dihubungkan dengan ukuran nilai atau standar dari perusahaan yang individu bekerja. Kinerja sendiri adalah capaian yang akan diperoleh seseorang maupun perusahaan yang dan mecapai dalam suatu tujuan tertentu, (Yusriwati, 2023).

UMKM adalah kelompok usaha yang paling besar dalam perekonomian Indonesia. Perkembangan UMKM akan ditentukan oleh kinerjanya. Jika UMKM berkinerja baik, maka UMKM akan berkembang pesat. Kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja,



target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023). Menurut (Pokhrel, 2024) kinerja merupakan instrumen untuk mengukur pencapaian tujuan, tetapi bagi karyawan kinerja adalah kewajiban. Kinerja adalah hasil kerja karyawan ketika dia melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya.

2.1.5.2 Indikator kinerja umkm

Menurut (Pokhrel, 2024) menyatakan bahwa ada empat indikator kinerja umkm antara lain:

1. Peningkatan omset penjualan

Peningkatan omset penjualan adalah proses suatu bisnis termasuk umkm, berhasil meningkatkan total pendapat yang diperoleh dari penjualan produk atau layanan dalam satu periode tertentu.

2. Peningkatan financial (keuangan)

Merujuk pada upaya untuk memperbaiki dan memperkuat kondisi keuangan usaha agar lebih efisien, produktif dan mampu bertahan dalam jangka panjang.

3. Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja

Upaya untuk meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia dalam suatu sektor usaha serta meningkatkan kualitas tenaga kerja.

4. Pertumbuhan pasar yang luas

Peningkatan jumlah konsumen atau pelanggan yang tertarik dan membeli produk atau layanan yang ditawarkan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Savera Wahyuni Wawan Sadtyo Nugroho, Anisa Hakim Purwantini & Siti Noor Khimah (2021)	Pengaruh e-commerce, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm	Pengaruh e Hasil Penelitian commerce (X1), budaya organisasi (X2), penggunaan sistem informasi akuntansi (X3), literasi keuangan (X4) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja umkm, sedangkan budaya organisasi dan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm
2.	Ode Aulia Rahim (2023)	Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektifitas kinerja umkm diKota Ambon Vol 17no2	Pengaruh e-commerce (X1) dan penggunaan sistem informasi akuntansi (X2) terhadap efektifitas kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan	dari penelitian ini yaitu e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap efektifitas kinerja diKota Ambon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
		0852-8977, e ISSN 2807 1581	analisis regresi berganda,	
3.	Eko Prasetyo, dan Farida (2022)	Pengaruh E commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm vol 1 no 3: 370-383 DOI : https://doi.org/10.32528/nms.vli3.102	Pengaruh e commerce (X1), budaya organisasi (X2), penggunaan sistem informasi akuntansi (X3), literasi keuangan (X4) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap kinerja umkm.
4.	Aqila Al Afif Fadhil, Fitriana Umar, Sukmawati Sultan	Pengaruh e commerce, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap	Pengaruh e commerce (X1), budaya	Dari penelitian ini e commerce, budaya



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
	Sahrir, Ema Sari, Nur Fadhilah Safrillah, dan Asalya Muhammad Ali (2024)	organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm diKota Palopo Jurnal kolaborasi sains, vol 7 no 6 juni 2024 e- ISSN:2623 2022 DOI10.5633 8/jks.v76.550 7	organisasi (X2) dan literasi keuangan (X3) terhadap kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	organisasi dan literasi keuangan berpengaruh simultan terhadap kinerja umkm diKota Palopo.
5.	Miftah Nur Fitrah dan Yuliati (2023)	Pengaruh e commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektifitas kinerja umkm diKota Malang Jurnal Manajemen,	Pangaruh e commerce (X1) dan penggunaan sistem informasi akuntansi (X2) terhadap efektifitas kinerja umkm (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan	Dari penelitan ini yaitu e-commerce dan peggunaan sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas kinerja diKota Malang.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
6.	Enis Setiawanti, Nur Diana, dan M. Cholid Mawardi, (2023)	Pengaruh E commerce, Pengetahuan Akuntansi Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja UMKM Kota Malang Jurnal Akuntansi, E JRA vol.10 no. 04, 2023	Pengaruh E commerce (X1), Pengetahuan Akuntansi (X2) Dan Budaya Organisasi (X3) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan rumus dari slovin dengan analisi riset.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi memiliki pengaruh secara simultan terhadap kinerja umkm di Kota Malang.
7.	Sintia Maya, Anggun Permata Husda, (2024)	Pengaruh E-commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 6, 3 april 2024 p-ISSN 2622-4291, p ISSN 2622 4305	Pengaruh E commerc (X1) Pengetahuan Akuntansi (X2) dan Sistem Informasi Akuntansi (X3) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat Metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi berganda.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja umkm.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

No	Nama Pengarang/ Tahun	Judul dan Identitas Judul	Variabel Penelitian Dan Alat analisis Data	Hasil Penelitian
8.	Diah Ayu Susanti, Khoirotun Nida Laili dan Zuliyanti, (2023)	Pengaruh E commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Demak Jurnal akuntansi, vol.01, no,01	Pengaruh E commerce (X1), Pengetahuan Akuntansi (X2), Modal Usaha (X3) dan Karakteristik Wirausaha (X4) Terhadap Kinerja UMKM (Y) Alat metode menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan rumus dari slovin dan purposive sampling dengan analisis riset.	Dari penelitian ini yaitu e-commerce dan modal usaha memiliki pengaruh secara positif terhadap kinerja umkm di Kota Demak.

2.3 Kerangka Pemikiran

Penerapan teknologi dalam kegiatan pemasaran (*e-commerce*) juga diharapkan mempengaruhi kinerja UMKM. Teknologi informasi merupakan bentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuk. Melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, usaha kecil atau menengah dapat memasuki pasar global. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering kali



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Universitas Islam Indragiri
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
 2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
 3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

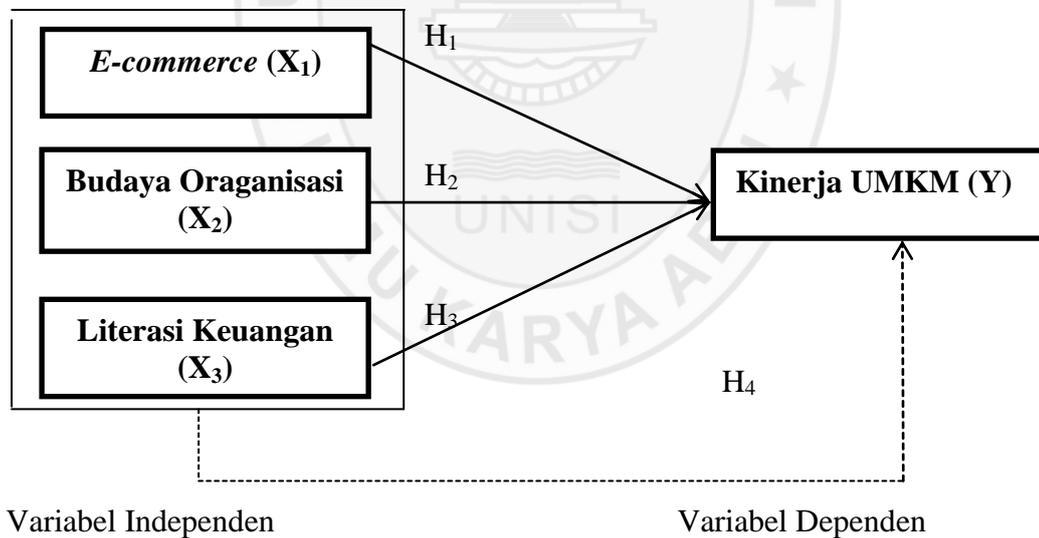
dikenal *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas. Pemakaian internet memungkinkan UMKM dapat menembus pasar global. Pelaku UMKM dalam menjalankan usaha melalui *e-commerce* menggunakan provider yang berkualitas sehingga bisa mendorong berjalannya usaha. Penggunaan *e-commerce* mempermudah antara penjual dan pembeli dalam berinteraksi. Selain itu dengan *e-commerce* dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk usaha.

Pelaku UMKM dalam menjalankan usaha melalui *e-commerce* menggunakan provider yang berkualitas sehingga bisa mendorong berjalannya usaha. Penggunaan *e-commerce* mempermudah antara penjual dan pembeli dalam bertransaksi. Selain itu dengan *e-commerce* apabila terdapat komplain bisa dilakukan secara online tanpa harus datang ke toko. Penggunaan *e-commerce* dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk usaha (Fitrah & Yuliati, 2023). Kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah. Suatu perusahaan biasanya menerapkan budaya organisasi yang baik, hal tersebut menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk. Kebiasaan yang ada di dalam suatu organisasi seperti sifat, karakter, sikap dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja (Septiani & Wuryani, 2020)

Literasi keuangan yang baik oleh pelaku UMKM membuat kinerja keuangan UMKM meningkat, pelaku usaha sudah melakukan pembukuan kas, penyusunan anggaran untuk mendukung planning yang di tujukan pada indikator perilaku pada variabel literasi keuangan. Apabila pelaku usaha dapat mengelola usahanya dengan baik, maka usaha tersebut akan memiliki perkembangan yang baik pula. Pelatihan yang dilakukan oleh dinas tersampaikan dengan baik, sehingga pelaku UMKM memiliki pengetahuan serta keterampilan terkait keuangan dan dapat mencerminkan kinerja yang bagus.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat dalam gambar berikut ini:

Gambar 3.2
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

- > Pengaruh secara Parsial
- - - - -> Pengaruh secara Simultan



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiono (2019) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
- H₂ : Budaya organisasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
- H₃ : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.
- H₄ : *E-commerce*, budaya organisasi, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM Tembilahan.