

PENGARUH E-PAYMENT, E-COMMERCE, DAN PENGETAHUAN AKUNTANSI TERHADAP KINERJA UMKM KOTA BATAM

Maries Huang¹, Risca Azmiana²

¹Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

²Dosen Program Studi Akuntansi, Universitas Putera Batam

email: pb210810019@upbatam.ac.id
risca@puterabatam.ac.id

ABSTRACT

This study examines the influence of e-payment, e-commerce, and accounting knowledge on the performance of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in Batam City. Data were collected through online questionnaires and direct interactions with 241 MSMEs located in the Bengkong and Lubuk Baja sub districts, as registered with the Cooperative Office of Batam City. From this population, 150 respondents were selected using the Slovin formula with a 5% margin of error to represent the sample. The data analysis was carried out using statistical methods, including descriptive analysis, instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing, processed using SPSS version 29. The results of the study indicate that e-payment, e-commerce, and accounting knowledge significantly influence the performance of MSMEs in Batam City. The conclusion based on the research findings confirms that H1 is accepted, H2 is accepted, H3 is accepted, and H4 is accepted.

Keywords: E-payment, E-commerce, Accounting Knowledge

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini sedang mengalami kemajuan, hal ini mengakibatkan teknologi informasi memiliki peran yang dominan dalam kemajuan bisnis dan sosial ekonomi. Kemajuan teknologi yang pesat menjadikan masyarakat lebih efisien dalam melakukan transaksi bisnis dan berkomunikasi. Sehingga para pelaku bisnis merasa lebih mudah untuk mendapatkan suatu informasi yang di perlukan untuk mengembangkan kegiatan bisnis. Bisnis yang sukses berasal dari penggunaan teknologi internet dan terdapatnya teknologi informasi digital yang luas untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan mengurangi biaya. (Ruscitasari et al., 2021)

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi perekonomian yang besar. Salah satunya sektor perekonomian yang berkembang cepat adalah sektor industri seperti manufaktur, fashion, kuliner, dagang, dan jasa. Saat ini menjadi prioritas dalam pembangunan perekonomian nasional. Hal ini karena bisnis usaha kecil merupakan tulang pungung sistem perekonomian rakyat, dan memiliki efek untuk menyerap tenaga kerja yang dapat mengatasi masalah pengangguran, serta pengentasan

kemiskinan, pendapatan, dan kesenjangan ekonomi antar kelompok, kemudian pertumbuhan UMKM dapat memperluas basis ekonomi dan dapat berkontribusi signifikan dalam mempercepat perubahan struktural untuk meningkatkan ekonomi. (Jessica Tan & Dian Efriyenty, 2024)

Keberhasilan UMKM memiliki pengaruh yang besar terhadap perkembangan ekonomi nasional, baik di negara berkembang maupun negara maju. UMKM memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan upah minimum.

Penerapan e-payment menjadi salah satu solusi yang banyak digunakan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi transaksi. E-payment merupakan sistem pembayaran berbasis teknologi elektronik yang memberikan manfaat seperti peningkatan kepuasan pelanggan dan keamanan transaksi (Nuraeni et al., 2024). Namun tantangan seperti kurangnya literasi teknologi dan kekhawatiran pelanggan terhadap keamanan data masih sementara itu, e-commerce dinilai mampu memperluas jangkauan pasar UMKM secara global dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui yang

responsif (Yusvita Aprilyan et al., 2022) Meski penggunaannya semakin meluas, masih banyak UMKM yang belum optimal dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk pengembangan usaha (Sintya Dewi & Masdiantini, 2023). Pengetahuan akuntansi juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Pengetahuan akuntansi membantu pelaku usaha dalam membuat keputusan keuangan yang tepat serta menyusun laporan keuangan secara akurat (Meylani & Ismunawan, 2022) Kurangnya pengetahuan akuntansi sering kali menjadi penyebab kegagalan usaha (Nisya et al., 2024).

Tujuan Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh *e-payment*, *e-commerce* dan pengetahuan akuntansi terhadap kinerja UMKM Kota Batam. Hasil Penelitian ini memberikan informasi yang akan membantu UMKM meningkatkan kinerjanya dan memungkinkan pemilik UMKM memanfaatkan teknologi dalam *e-payment*, *e-commerce*, dan pengetahuan akuntansi untuk mencapai masa depan usaha yang lebih baik.

KAJIAN TEORI

2.1 Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Menurut (Yusvita Aprilyan et al., 2022) TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori behavioral dan sering digunakan untuk mempelajari proses adopsi teknologi informasi pada UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah). Hal ini memunculkan teori TAM, yang berfokus pada persepsi kegunaan yang berkaitan dengan memprediksi sikap ketika menggunakan sistem informasi.

Berdasarkan teori TAM, diyakini dapat mempengaruhi pelaku UMKM yang berkembang dengan menerapkan penggunaan *e-payment*, *e-commerce*, sebagai alat bantu transaksi dan penjualan digital dan pengetahuan akuntansi sebagai alat bantu pencatatan laporan keuangan secara historis. Teori TAM menyebutkan bahwa persepsi manfaat pengguna dalam menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat UMKM dalam menggunakan *e-payment*, *e-commerce* sebagai alat pembayaran digital.

2.2 Kinerja UMKM

Menurut penelitian (Prasetyo & Farida, 2022). Kinerja UMKM dalam penelitian merupakan hasil kerja yang erat kaitannya dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan kontribusinya terhadap perekonomian. Kinerja suatu usaha dinilai berdasarkan kriteria tertentu dalam jangka waktu tertentu. Menurut penelitian (Indahsari et al., 2023) Kinerja UMKM merepresentasikan capaian dari berbagai program, kebijakan, dan upaya yang dijalankan guna mewujudkan visi, misi,

serta sasaran organisasi. Kinerja ini berfungsi sebagai indikator untuk menilai keberhasilan suatu usaha dalam meraih target yang telah ditentukan. Oleh karena itu, peningkatan kinerja menjadi hal yang penting bagi UMKM agar dapat berkembang secara berkelanjutan UMKM dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang ketat.

Menurut (Ayu Susanti & Nida Laili, 2023) terdapat lima jenis indikator kinerja UMKM. Indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja adalah;

1. Pertumbuhan Penjualan
2. Peningkatan Modal
3. Penambahan Karyawan
4. Pertumbuhan Pasar
5. Pertumbuhan Laba

2.3 *E-payment*

Menurut (Candra & Pabulo, 2021) *e-payment* adalah sistem pembayaran yang menggunakan teknologi elektronik untuk mentransfer uang dari satu rekening ke rekening lainnya. Penggunaan *e-payment* pada UMKM dapat dikatakan sebagai penerapan teknologi pembayaran digital yang menawarkan banyak manfaat, antara lain peningkatan kualitas dan akurasi transaksi. Kehadiran *e-payment* juga membantu UMKM meningkatkan visibilitasnya di pasar digital, memberikan akses yang lebih mudah kepada konsumen, dan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih terhubung secara digital.

Keberhasilan pembayaran *e-payment* dipengaruhi oleh beberapa faktor. indikator faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan *e-payment*. Menurut (Yuni Irmawan et al., 2023)

1. Kemandirian
2. Interoperabilitas
3. Portabilitas
4. Keamanan
5. Anonimitas
6. Dapat Dibagi
7. Kemudahan Penggunaan
8. Biaya Transaksi

2.4 *E-commerce*

Menurut (Setiawati et al., 2021) *e-commerce* merupakan suatu keputusan yang diambil oleh pemilik atau manajer puncak suatu UMKM untuk memanfaatkan ide baru berupa *e-commerce* sebagai tindakan terbaik. Pengusaha harus mampu mengembangkan ide-ide penjualan baru yang berpotensi mengembangkan usahanya. *e-commerce* adalah transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai antar individu dengan menggunakan teknologi. Definisi *e-commerce* yang standar dan disepakati adalah seperangkat teknologi, aplikasi, dan proses bisnis dinamis yang menghubungkan bisnis, organisasi, konsumen, dan komunitas tertentu melalui

pertukaran dan e-commerce barang, jasa.

E-commerce merupakan aplikasi berbasis online yang saat ini digunakan untuk aktivitas jual beli. E-commerce menawarkan berbagai opsi kepada penjual dan pembeli, dan opsi ini membuatnya lebih mudah dan efektif untuk digunakan oleh pengguna. Menurut (Setiawati et al., 2021) e-commerce terdapat tiga indikator yaitu;

1. Aktivitas Pembelian
2. Penjualan
3. Pemasaran Barang dan Jasa

2.5 Pengetahuan Akuntansi

Menurut (Agus Suyono & Zuhri, 2022). Pengetahuan akuntansi mengacu pada kepemilikan atau pengelolaan UMKM mengenai teknik pencatatan, pengklasifikasian, dan pengikhtisaran transaksi dan peristiwa keuangan secara efektif dalam bentuk satuan moneter dan menafsirkan hasil proses tersebut dalam bentuk informasi kuantitatif secara sistematis kumpulan pengetahuan masyarakat. Ini berfungsi sebagai dasar bagi manajer untuk memilih di antara beberapa pilihan.

Menurut (Nisya et al., 2024) dua indikator digunakan untuk mengukur pengetahuan akuntansi yaitu;

1. Pengetahuan Prosedural
2. Pengetahuan Deklaratif

2.6 Hipotesis Penelitian

1. H^1 Pengaruh E-payment Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam.
2. H^2 Pengaruh E-commerce Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam.
3. H^3 Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam.
4. H^4 Pengaruh E-payment, E-commerce dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Batam.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang mengandalkan data berbentuk angka serta menggunakan teknik analisis statistik untuk mengkaji dan menyelidiki suatu permasalahan secara sistematis. Metode ini berfokus pada data numerik yang dapat diukur dan dianalisis secara objektif, berbeda dengan pendekatan kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena melalui data non-numerik. Berdasarkan data Dinas UMKM Kota Batam, populasi yang dicakup penelitian, dan total teridentifikasi sebanyak 241 unit UMKM. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5%. Kerangka penelitian yang disampaikan memerlukan 150 unit UMKM yang dijadikan sampel dari Kecamatan Bengkong dan Lubuk Baja di Kota Batam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Hasil
- 1 Analisis Deskriptif

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
E-payment (X1)	150	24.00	75.00	58.5533	9.06467
E-commerce (X2)	150	11.00	35.00	27.9000	4.69292
Pengetahuan Akuntansi (X3)	150	9.00	30.00	22.9667	3.87976
Kinerja UMKM (Y)	150	18.00	58.00	46.1600	7.60526
Valid N (listwise)	150				

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

1. Variabel E-payment (X1) memiliki nilai minimum sebesar 24.00, nilai maksimumnya sebesar 75.00, nilai rata-rata sebesar 58.5533, dan nilai standar deviasi sebesar 9.06467.
2. Variabel E-commerce (X2) memiliki nilai minimum sebesar 11.00, nilai maksimumnya sebesar 35.00, nilai rata-rata sebesar 27.9000, dan nilai standar deviasi sebesar 4.69292.
3. Variabel Pengetahuan Akuntansi (X3) memiliki nilai minimum sebesar 9.00, nilai maksimumnya sebesar 30.00, nilai rata-rata sebesar 22.9667, dan nilai standar deviasi sebesar 3.87976.
4. Variabel Kinerja UMKM (Y) memiliki nilai minimum sebesar 18.00, nilai maksimumnya sebesar 58.00, nilai rata-rata sebesar 46.1600, dan nilai standar deviasi sebesar 7.60526.

2. Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
Kinerja UMKM (Y)	Y.1	0,791	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.2	0,831	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.3	0,761	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.4	0,759	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.5	0,757	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.6	0,774	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.7	0,793	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.8	0,753	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.9	0,777	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.10	0,747	0,159	<0,001	0,05	Valid
	Y.11	0,729	0,159	<0,001	0,05	Valid
E-payment (X1)	Y.12	0,733	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.1	0,766	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.2	0,777	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.3	0,760	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.4	0,753	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.5	0,765	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.6	0,761	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.7	0,767	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.8	0,762	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.9	0,772	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.10	0,705	0,159	<0,001	0,05	Valid
E-commerce (X2)	X1.11	0,723	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.12	0,800	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.13	0,736	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.14	0,757	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X1.15	0,723	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.1	0,795	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.2	0,813	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.3	0,794	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.4	0,830	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.5	0,790	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X2.6	0,809	0,159	<0,001	0,05	Valid
Pengetahuan Akuntansi (X3)	X2.7	0,794	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.1	0,775	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.2	0,860	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.3	0,750	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.4	0,804	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.5	0,764	0,159	<0,001	0,05	Valid
	X3.6	0,778	0,159	<0,001	0,05	Valid

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan Dari hasil uji, disimpulkan bahwa nilai r -hitung > r -tabel, yang berarti instrumen tersebut valid dan dapat diterima.

3. Uji Realibilitas

Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Kinerja UMKM (Y)	0,936	0,6	Reliabel
E-payment (X1)	0,946	0,6	Reliabel
E-commerce (X2)	0,908	0,6	Reliabel
Pengetahuan Akuntansi (X3)	0,877	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil pengujian, nilai α Cronbach untuk setiap variabel melebihi standar minimum 0,6. Ini menunjukkan bahwa data yang digunakan reliabel.

4. Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas (One Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.64582646
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.036
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai Asymp. Sig (2-tailed) yang diperoleh adalah 0,200. Karena nilai ini lebih besar dari 0,05, dapat

disimpulkan bahwa data diuji berdistribusi secara normal.

5. Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.585	1.709
	X2	.579	1.728
	X3	.497	2.011

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai Tolerance seluruh variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, variabel *e-payment* X1 menghasilkan nilai sig sebesar 1,709, variabel *e-commerce* X2 menghasilkan nilai sig

sebesar 1,728, dan variabel pengetahuan akuntansi X3 menghasilkan nilai sig sebesar 2,011 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini.

6. Heteroskedastisitas

Tabel 6 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized		Standardized			
	B	Std. Error	Coefficients		t	Sig.
1	(Constant)	5.465	1.671		3.270	.001
	X1	.012	.029	.045	.422	.674
	X2	-.117	.077	-.164	-1.522	.130
	X3	.028	.077	.043	.367	.714

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, model regresi ini dinyatakan layak untuk digunakan.

7. Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized		Standardized			
	B	Std. Error	Coefficients	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-6.610	2.762		-2.393	.018
	X1	.330	.049	.359	6.798	<.001
	X2	.281	.127	.118	2.212	.029
	X3	1.155	.128	.518	9.034	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

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

$$Y = -6610 + 0,330 + 0,281 + 1,155$$

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat dijabarkan penjelasannya sebagai berikut:

1. Ketika seluruh variabel independen (X1, X2, dan X3) bernilai nol, maka nilai variabel dependen (Y) diperkirakan sebesar -6,610. Nilai konstanta ini merepresentasikan titik awal atau dasar nilai Y sebelum adanya pengaruh dari ketiga variabel bebas tersebut.
2. Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,330, variabel *e-payment* (X1) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Artinya, setiap peningkatan 1 satuan pada *e-payment* akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 0,330 satuan.

3. Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,281, variabel *e-commerce* (X2) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Peningkatan 1 satuan pada *e-commerce* akan meningkatkan kenaikan kinerja UMKM sebesar 0,281 satuan.
4. Koefisien regresi variabel X3 sebesar 1,155, variabel pengetahuan akuntansi (X3) memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Setiap kenaikan 1 satuan dalam pengetahuan akuntansi akan meningkatkan kinerja UMKM sebesar 1,155 satuan.

8. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		Beta			
1	(Constant)	-6.610	2.762	-2.393	.018
	X1	.330	.049	.359	<.001
	X2	.281	.127	.118	.029
	X3	1.155	.128	.518	<.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas Nilai t-tabel yang diperoleh adalah 1,97635, dari hasil perhitungan $Df = n-k-1 = 150-3-1 = 146$ dapat dijabarkan penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel *E-payment* (X1) terhadap Kinerja UMKM (Y) Nilai t-hitung untuk variabel X1 sebesar 6,798 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dan memiliki nilai signifikansi < 0,001. Karena nilai t-hitung > t-tabel dan nilai sig < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, H1 diterima.

2. Pengaruh Variabel *E-commerce* (X2) terhadap Kinerja UMKM (Y) Nilai t-hitung untuk variabel X2 sebesar 2,212 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dengan nilai signifikansi 0,029.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel X2 juga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, H2 diterima.

3. Pengaruh Variabel Pengetahuan Akuntansi (X3) terhadap Kinerja UMKM (Y) Nilai t-hitung untuk variabel X3 sebesar 9,034 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dengan nilai signifikansi < 0,001. Artinya, variabel X3 memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap variabel Y. Maka, H3 diterima.

9. Uji Simultan (Uji f)

Tabel 9 Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a					
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	10258.722	3	3419.574	155.243
	Residual	3215.972	146	22.027	
	Total	13474.693	149		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil Pengelolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai F-hitung diperoleh sebesar 155,243, sedangkan nilai F-tabel sebesar 2,67, dan nilai signifikansi sebesar < 0,001, yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *E-Payment* (X1), *E-Commerce* (X2), dan Pengetahuan Akuntansi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y).

Dengan demikian yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja UMKM dapat diterima.

10. Koefisien Determinasi

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.873 ^a	.761	.756	4.693
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 29, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai R Square sebesar 0,761 atau 76,1%. Artinya, sebesar 76,1% variabel *E-Payment* (X1), *E-Commerce* (X2), dan

4.2 Pembahasan

- Nilai t-hitung untuk variabel X1 sebesar 6,798 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dan memiliki nilai signifikansi $< 0,001$. Karena nilai t-hitung $>$ t-tabel dan nilai sig $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Oleh karena itu, H¹ diterima. Hasil akhir bahwa penerapan sistem *e-payment* memudahkan proses transaksi, mempercepat arus kas, dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap produktivitas dan pertumbuhan usaha. Selain itu, sistem *e-payment* juga meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi ketergantungan pada transaksi tunai, serta memberikan kemudahan dalam pencatatan dan pelaporan keuangan. Adanya transparansi dan akurasi dalam pengelolaan keuangan, pelaku usaha dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat dan strategis.
- Nilai t-hitung untuk variabel X2 sebesar 2,212 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dengan nilai signifikansi 0,029. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X2 juga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Dengan demikian, H² diterima. Hasil akhir menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform e-commerce* membantu UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, mempermudah proses penjualan, dan meningkatkan daya saing di era digital. Selain itu, *e-commerce* memungkinkan pelaku UMKM untuk melakukan promosi secara lebih efektif, mengelola inventaris secara langsung, serta memberikan kemudahan dalam berinteraksi dengan pelanggan melalui berbagai fitur digital. Dukungan dari platform *e-commerce* juga membantu UMKM dalam memahami perilaku konsumen dan merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.
- Nilai t-hitung untuk variabel X3 sebesar 9,034 lebih besar dari t-tabel 1,97635 dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Artinya,

variabel X3 memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap variabel Y. Maka, H³ diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman pelaku UMKM terhadap akuntansi, maka semakin efektif pula mereka dalam mengelola keuangan usaha, menyusun laporan, serta mengambil keputusan bisnis yang tepat, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja UMKM. Pemahaman akuntansi yang baik juga membantu pelaku UMKM dalam mematuhi kewajiban perpajakan, menghindari kesalahan pencatatan keuangan, serta meningkatkan kredibilitas usaha di mata investor dan lembaga keuangan. Dengan demikian, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan akses pendanaan dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

- Berdasarkan hasil nilai F-hitung diperoleh sebesar 155,243, sedangkan nilai F-tabel sebesar 2,47, dan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa variabel *E-Payment* (X1), *E-Commerce* (X2), dan Pengetahuan Akuntansi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM (Y). H⁴ diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *E-Payment*, *E-Commerce*, dan Pengetahuan Akuntansi, secara simultan memiliki kemampuan yang signifikan dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu Kinerja UMKM. Semakin tinggi tingkat adopsi digitalisasi melalui sistem pembayaran digital dan pemanfaatan *e-commerce*, serta semakin baik pengetahuan akuntansi yang dimiliki oleh pelaku UMKM, maka kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah cenderung mengalami peningkatan yang lebih optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan terhadap hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut;

1. *E-payment* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Batam. Artinya H^1 diterima.
2. *E-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Batam. Artinya H^2 diterima.
3. Pengetahuan akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Batam. Artinya H^3 diterima.
4. *E-payment*, *E-commerce*, dan Pengetahuan akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Batam. Artinya H^4 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Suyono, N., & Zuhri, F. (2022). Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, Kemampuan Manajerial, Pengetahuan Akuntansi dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(6), 57–72.
- Ayu Susanti, D., & Nida Laili, K. (2023). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara ICMA*, 01(01), 23–29.
<http://finance.detik.com>
- Candra, Y. T. A., & Pabulo, A. M. A. (2021). Pengaruh E-Payment Services Dan E-Commerce Services Terhadap Kinerja UMKM Yang Dimediasi Oleh Digitalization Knowledge. *Ecobisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Manajemen*, xx(x), 48–61.
- Indahsari, W. N., Halim, M., & Aspirandy, R. M. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan E-Commerce terhadap Kinerja UMKM di Wilayah Banyuwangi. *JRAK (Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis)*, 9(1), 80–89.
<https://doi.org/10.38204/jrak.v9i1.949>
- Jessica Tan, & Dian Efriyenty. (2024). Pengaruh Pelatihan Akuntansi, Pendidikan Pemilik dan Umur Usaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi pada UMKM. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4097–4115.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i5.1535>
- Meylani, C. W., & Ismunawan. (2022). Pengaruh Persepsi Owner, Pemahaman, Pengetahuan Dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Beteng Trade Center (Btc) Solo. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 10(1), 12–22.
<https://doi.org/10.21067/jrma.v10i1.6711>
- Nisya, A., Firdaus, R., Naz'aina, N., & Yunita, N. A. (2024). Pengaruh Pengetahuan Akuntansi, Pengalaman Usaha dan Motivasi Kerja Terhadap Penggunaan Informasi
- Akuntansi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Aceh Tengah. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 2(4), 511.
<https://doi.org/10.29103/jam.v2i4.11225>
- Nuraeni, F., Yanti, & Rachpriliani, A. (2024). Pengaruh Layanan E-Payment dan E-Commerce terhadap Kinerja Supply Chain dalam Digitalisasi Usaha Mikro, Kecil, dan Usaha Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1695–1708.
<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.787>
- Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi, Budaya Organisasi dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 370–383.
<https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>
- Ruscitasari, Z., Kamal, T., & Pratiwi, N. (2021). Analisis Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM Desa Pleret. *Indonesian Journal of Business Intelligence (IJUBI)*, 4(2), 63.
<https://doi.org/10.21927/ijubi.v4i2.1949>
- Setiawati, E., Diana, N., & Cholid Mawardi, M. (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Akuntansi dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja UMKM di Kota Malang. *E-Jra*, 10(04), 37.
- Sintya Dewi, A. L., & Masdiantini, P. R. (2023). Pengaruh Akses Permodalan, E-payment dan E-commerce Terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Buleleng. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(03), 619–630.
<https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.62714>
- Yuni Irmawan, Idhina Ghustina, & Bambang Sutejo. (2023). The Effect of Digital Marketing, E-payment, and Service Quality on Sales Revenue of Culinary MSMEs in Tenda Santai Sejenak. *PROCEEDING INTERNATIONAL BUSINESS AND ECONOMICS CONFERENCE (IBEC)*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.47663/ibec.v2i1.74>
- Yusvita Aprilyan, Elin Erlina Sasanti, & Isnawati. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 292–306.
<https://doi.org/10.29303/risma.v2i2.216>