

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KELANGSUNGAN USAHA PADA UMKM DI ERA PASCA  
PANDEMI COVID-19**

**Ketua Tim/Anggota**

**Dr. H. Sasa S Suratman, S.E., M.Sc., Ak., CA  
(NIDN : 0431056802)**

**Isye Siti Aisyah, S.E., M.Si., Ak., CA  
(NIDN : 0415126901)**

**Budi Septiawan, S.E., M.Ak  
(NIDN : 0404099102)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PASUNDAN**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

- Judul PPM : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KELANGSUNGAN USAHA PADA UMKM DI ERA PASCA PANDEMI COVID-19
- Ketua Tim
- a. Nama Lengkap : Dr. H. Sasa S Suratman, SE., M.Sc
  - b. NIDN : 0431056802
  - c. Jabatan Fungsional : Lektor
  - d. Program Studi : Akuntansi
  - e. Alamat surel (e-mail) : sasa\_ssuratman@unpas.ac.id
- Anggota 1
- a. Nama Lengkap : Isye Siti Aisyah, S.E., M.Si., Ak., CA
  - b. NIDN : 0415126901
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
- Anggota 2
- a. Nama Lengkap : Budi Septiawan, SE., M.Ak
  - b. NIDN : 0404099102
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
- Mahasiswa
- Anggota 3
- a. Nama Lengkap : Syafvira Ananda Wijaya
  - b. NRP : 184020190
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
- Anggota 4
- a. Nama Lengkap : Arhes Raznan Pranandita
  - b. NRP : 204020059
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
- Anggota 5
- a. Nama Lengkap : Muhammad Fadjril Lubis
  - b. NRP : 204020106
  - c. Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
- Jangka Waktu Pelaksanaan : 4 Bulan

Bandung, Desember 2022

Mengetahui,  
Dekan FEB Unpas


Ketua,



Dr. H. Atang Hermawan, S.E., M.S.I.E., Ak.,  
CSRS., CSRA  
(NIDN: 0401036501)

Dr. H. Sasa S Suratman, SE., M.Sc  
(NIDN: 0431056802)

Menyetujui,  
Ketua UPT Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat  
FEB Unpas



Bayu Indra Setia, SE., M.Si  
(NIDN: 0419028201)

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmannirrahim*

Puji dan syukur tidak henti-hentinya kami ucapkan kepada Allah SWT, terimakasih atas rahmat dan kasih sayang-Nya yang tidak pernah berujung. Alhamdulillah kami dapat menyelesaikan laporan akhir penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan. Kegiatan ini merupakan implementasi dari Tridharma Perguruan Tinggi yang pada kesempatan kali ini pengabdian ditujukan kepada para pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).

Kegiatan penelitian ini didasarkan pada kepedulian kami terhadap perkembangan UMKM, dimana di era pandemi ini sektor UMKM terdampak cukup signifikan perekonomiannya. Penelitian kami berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kelangsungan Usaha Pada UMKM”. Diharapkan para pelaku UMKM mampu menerapkan berbagai strategi untuk kelangsungan usahanya, berdasarkan hasil dari penelitian ini. Penelitian ini akan dilakukan pada UMKM di daerah Kecamatan Kadungora di Kabupaten Garut, dimana tim peneliti bersinergi dengan Perangkat Pemerintah Kecamatan dan juga Pemerintah Desa

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Bandung, Desember 2022

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Khusus.....	5
1.3 Urgensi Penelitian .....	5
<b>2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Literatur .....	7
2.1.1 Adopsi E-Commerce.....	7
2.1.2 Human Capital .....	13
2.1.3 Penerapan Sistem Informasi Akuntansi .....	16
2.1.4 Kelangsungan Usaha Pada UMKM .....	20
2.2 <i>State of The Art</i> .....	25
2.3 Roadmap Penelitian.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
<b>3 METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Objek Penelitian .....	29
3.2 Jenis Penelitian .....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4 Model Analisis .....	30
3.4.1 Analisis Deskriptif .....	30
3.4.2 Analisis Verifikatif.....	31
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	33
3.6 Metode Analisis Data .....	37
Uji Hipotesis .....	39
<b>4 LUARAN DAN TARGET PENCAPAIAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Luaran Penelitian.....	45
<b>5 HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
5.1 Hasil Penelitian.....	46
5.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	46
5.1.2 Gambaran Umum Responden .....	47
5.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	52
5.1.4 Analisis Dekriptif Penelitian .....	57
5.1.5 Analisis Data Penelitian .....	65
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	70

5.2.1	Analisis Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM.....	70
5.2.2	Analisis Pengaruh Human Capital terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM.....	73
5.2.3	Analisis Pengaruh Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM.....	76
5.2.4	Analisis Pengaruh Penggunaan E-commerce, Human Capital dan Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM	79
<b>6</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
6.1	Kesimpulan.....	87
6.2	Saran.....	89
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	33
Tabel 5.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Kadungora .....	46
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha .....	47
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	49
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	50
Tabel 5.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Media Dalam Berjualan Online .....	50
Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Teknologi Dalam Berjualan ....	51
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 5.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 5.14 Tabulasi Skor Jawaban Responden.....	57
Tabel 5.15 Pedoman Kategorisasi.....	58
Tabel 5.16 Tabulasi Skor Jawaban Responden.....	59
Tabel 5.17 Pedoman Kategorisasi.....	60
Tabel 5.18 Tabulasi Skor Jawaban Responden.....	61
Tabel 5.19 Pedoman Kategorisasi.....	62
Tabel 5.20 Tabulasi Skor Jawaban Responden.....	63
Tabel 5.21 Pedoman Kategorisasi.....	64
Tabel 5.22 Uji Asumsi Klasik Normalitas .....	66
Tabel 5.23 Uji Asumsi Klasik Autokolerasi .....	67
Tabel 5.24 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas .....	68
Tabel 5.25 Analisis Kolerasi Parsial .....	70
Tabel 5.26 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial .....	70
Tabel 5.27 Uji T .....	71
Tabel 5.28 Koefisien Determinasi Parsial.....	72
Tabel 5.29 Analisis Korelasi Parsial .....	73
Tabel 5.30 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial .....	74
Tabel 5.31 Uji T .....	74
Tabel 5.32 Koefisien Determinasi Parsial.....	76
Tabel 5.33 Analisis Korelasi Parsial .....	76
Tabel 5.34 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial .....	77
Tabel 5.35 Uji T .....	78
Tabel 5.36 Koefisien Determinasi Parsial.....	79
Tabel 5.37 Analisis Regresi Linier Berganda .....	80
Tabel 5.38 Analisis Korelasi Simultan.....	82

Tabel 5.39 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	82
Tabel 5.40 Koefisien Determinasi Simultan .....	83
Tabel 5.41 Uji F .....	84



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Roadmap Penelitian.....	27
Gambar 4.1 Tampilan Prosiding Book of Abstract.....	45
Gambar 5.1 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	66
Gambar 5.2 Grafik Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas.....	69
Gambar 5.3 Penolakan dan Penerimaan $H_0$ .....	72
Gambar 5.4 Penolakan dan Penerimaan $H_0$ .....	75
Gambar 5.5 Penolakan dan Penerimaan $H_0$ .....	78
Gambar 5.6 Penolakan dan Penerimaan $H_0$ .....	85

# 1 PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kebijakan mengenai pelonggaran pembatasan kegiatan masyarakat di tahun 2022 sudah mulai terlihat, mayoritas masyarakat Indonesia bahkan dunia sudah mulai menganggap pandemi Covid-19 sudah berakhir. Bahkan di Indonesia, Presiden Joko Widodo sudah memberikan keleluasaan bagi masyarakat yang ingin beraktivitas diluar ruangan, tanpa harus mengenakan masker. Namun sayangnya dampak pandemi Covid-19 terhadap sektor perkonomian belum berakhir sepenuhnya. Tingkat pengangguran di Indonesia pada Februari 2022 sudah menurun dan lebih rendah dibandingkan Februari 2021, turun dari angka 8,75 juta orang menjadi 8,40 juta orang, meskipun demikian banyak pengamat ekonomi yang menyatakan bahwa angka ini belum stabil seperti sebelum adanya pandemi (Siswanto, 2022).

Bahkan krisis ekonomi di tahun 2022 pada faktanya diperparah dengan adanya perang antara dua negara yakni Rusia dan Ukraina, belum lagi tingkat inflasi di Amerika Serikat dan beberapa negara lainnya yang tampak sulit untuk dikendalikan. Konflik antara Rusia dan Ukraina memberikan pengaruh terhadap krisis energi yang berujung juga pada krisis ekonomi, bahkan negara Srilanka dianggap “bangkrut”, karena meninggalkan utang negara sebesar 51 miliar dollar AS, akibat pengelolaan proyek dan utang yang buruk (Iswara, 2022). Medio tahun 2022 ini juga memunculkan fenomena “berjatuhnya” bisnis startup teknologi di Indonesia, ada yang mengurangi jumlah karyawan, ada yang mengurangi

investasinya dan bahkan ada yang kehilangan investor juga penurunan penjualan (Primadhyta, 2022).

Ketidakpastian ekonomi, kesehatan, politik, sosial dan lingkungan ini tentunya dirasakan oleh semua pihak, mulai dari individu, bisnis, sampai dengan sebuah negara. Bahkan istilah VUCA cukup familiar akhir-akhir ini, VUCA adalah kepanjangan dari *volatility* (volatilitas), *uncertainty* (ketidakpastian), *complexity* (kompleksitas) dan *ambiguity* (ambiguitas). Dalam dunia bisnis istilah VUCA tidak hanya terjadi pada saat periode pandemi ataupun krisis 2022 ini, bahkan sebelum pandemi Covid-19 pun bisnis-bisnis sudah mengalami VUCA, maka dari itu diperlukan pemimpin yang tangguh serta SDM yang kuat (Ramakrishnan, 2021).

Organisasi bisnis seperti UMKM pun sangat rentan sekali untuk menerima dampak dari VUCA ini, bahkan di periode pandemi Covid-19 lalu pun, tidak sedikit UMKM yang terpaksa memberhentikan usahanya. Pada awal tahun 2021 diperkirakan ada sekitar 30 juta pelaku UMKM menutup usahanya, dan ada sekitar 7 juta orang yang bekerja di sektor ini harus kehilangan pekerjaan (CNN Indonesia, 2021). Walaupun faktanya di pertengahan tahun 2022 aktivitas bisnis sudah mulai banyak dibuka, banyak masyarakat mulai keluar rumah, ekonomi mulai berkembang kembali, ketidakpastian ekonomi dan politik mungkin akan terus mengancam eksistensi UMKM.

UMKM adalah organisasi kecil yang jumlahnya sangat besar di Indonesia, dan sangat memberikan dampak terhadap perekonomian Indonesia, bisa dikatakan UMKM adalah “tulang punggung” ekonomi bangsa. Sudah seharusnya keberadaan usaha kecil ini terus didorong oleh semua pihak yang berkepentingan.

Kelangsungan usaha pada UMKM menjadi sangat penting di era VUCA dan disrupsi seperti saat ini, UMKM dituntut untuk terus berinovasi ditengah krisis dan ketidakpastian. Kelangsungan usaha dapat diartikan sebuah entitas bisnis terhindar dari hal-hal negatif bagi usahanya, seperti utang yang berlebihan, putus hubungan dengan para pekerjanya, ataupun arus kas negatif dari aspek keuangan (Ikatan Akuntan Indonesia, 2001). Namun pada realitanya saat ini, tidak sedikit UMKM yang terdampak aspek-aspek negatif dalam usahanya, bahkan selama periode pandemi, para pelaku usaha lebih sering mengandalkan bantuan dana subsidi pemerintah, karena memang pandemi membatasi operasional bisnis pelaku UMKM.

Sejumlah pelaku usaha di Garut, Jawa Barat selama periode pandemi merasakan banyak ujian dalam berbisnis, para UMKM kesulitan untuk memasarkan produk usahanya, karena memang daya beli masyarakat juga belum stabil (Wijaksana, 2021). Bantuan Bagi Pelaku Usaha Mikro (BPUM) menjadi salah satu atau bahkan satu-satunya solusi yang dilakukan dan diterima para pelaku usaha di Garut, karena keterbatasan pergerakan manusia dan juga uang selama pandemi (Baihaqi, 2021). Namun pandemi Covid-19 tidak selalu membawa keburukan bagi para UMKM, bahkan sebagian UMKM menjadi lebih mahir dalam menggunakan internet dan berjualan secara online.

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam hal ekonomi digital, karena memiliki UMKM yang sangat banyak, potensi transaksi secara digital sangatlah menjanjikan. Tidak sedikit UMKM justru lebih nyaman ketika harus berbisnis dan berjualan secara online, karena memang pasar dan konsumennya juga

sudah lebih sering berbelanja secara daring (Vlachvei & Notta, 2014). Di Indonesia sendiri ada banyak sekali platform dan ekosistem bisnis digital, ada *marketplace* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shoope, ada juga potensi penjualan di media sosial, belum lagi ekosistem antar jemput makanan secara online. Potensi bisnis digital ini tentunya akan mendorong UMKM untuk terus eksis dan berkembang, karena penggunaan *e-commerce* dan teknologi akan mendorong kinerja UMKM menjadi lebih baik (Ausat & Peirisal, 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Effendi & Subroto (2021), ditemukan bahwa penggunaan *e-commerce* saja tidak cukup untuk meningkatkan kinerja usaha ditengah pandemi, diperlukan banyak inovasi dan terobosan untuk mempertahankan bisnis. *E-commerce* dan platform-platform berjualan secara online merupakan alat bantu bagi UMKM untuk dapat memasarkan dan menjual produknya. Diperlukan juga kemampuan dan pengetahuan dari para pelaku UMKM untuk menggunakan *e-commerce* dengan baik dan benar. Aspek *human capital* (modal manusia) bisa mendukung aspek kelangsungan usaha pada UMKM, karena para pelaku UMKM dituntut tidak hanya mampu berjualan secara online melalui media *e-commerce*, tetapi juga menjalankan aspek bisnisnya dengan segenap keterampilan, pengetahuan dan pengalamannya.

*Human capital* menempatkan manusia sebagai modal utama dalam sebuah organisasi, paradigma aset fisik sebuah sumber daya dan modal dalam berbisnis tentu bukanlah hal yang salah, namun manusia sebagai modal utama yang akan menggerakkan roda bisnis menuju arah yang lebih baik lagi. *Human Capital* akan menjadi variable yang menarik dalam penelitian ini, karena human capital akan

bertindak sebagai navigator dalam penggunaan *e-commerce* pada UMKM. UMKM akan lebih bisa bertahan dan berkelanjutan jika sudah menggunakan *e-commerce* sebagai teknologi dalam usahanya, sekaligus diikuti oleh kemampuan dari pemilik usaha sebagai modal manusia.

Adapun Sistem Informasi Akuntansi (SIA) akan menjadi variabel independen terakhir dalam penelitian ini, yang memengaruhi kelangsungan usaha pada UMKM. Sistem Informasi Akuntansi tidak bukan hanya sebagai alat yang menghasilkan informasi bisnis, melainkan SIA adalah seperangkat aturan dan prosedur yang akan membantu sebuah organisasi untuk terus berkembang dan maju (Romney, 2020).

## **1.2 Tujuan Khusus**

Tujuan penelitian merupakan hal yang ingin dicapai dalam penelitian ini, dengan adanya tujuan, tentunya sebuah penelitian menjadi lebih terarah dan terukur. Adapun beberapa tujuan dalam penelitian ini diantaranya ;

1. Untuk mengetahui bagaimana adopsi *e-commerce*, human capital, penerapan SIA dan kelangsungan usaha pada UMKM
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh bagaimana adopsi *e-commerce*, human capital, penerapan SIA pada kelangsungan usaha pada UMKM

## **1.3 Urgensi Penelitian**

*E-commerce* bukan lagi hal asing bagi UMKM, tapi investasi di bidang human capital juga tidak kalah penting, ini yang akan coba diungkapkan dari

penelitian ini. Kebanyakan penelitian tentang UMKM di masa pandemi adalah berkaitan dengan kinerja usaha, dalam penelitian ini going concern menjadi variable dependen. Penelitian ini sangat penting untuk dapat dilaksanakan, mengingat banyak UMKM yang berjatuhan selama periode pademi, sehingga perlu adanya solusi ataupun model kelangsungan bisnis UMKM, khususnya UMKM di Kabupaten Garut yang jumlahnya sangat banyak dan potensial

## 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kajian Literatur

#### 2.1.1 Adopsi E-Commerce

##### 2.1.1.1 Definisi E-Commerce

E-commerce dapat didefinisikan sebagai tempat terjadinya Transaksi atau pertukaran informasi antara penjual dan pembeli di Sosial Media. Jual beli di dunia maya tidak bisa dipungkiri menghubungkan jutaan komputer menjadi satu Jaringan Raksasa (Rerung, 2018). Munculnya e-commerce tidak Terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang pesat Terutama internetnya. Menurut Helmalia & Afrinawati (2018), bisnis e-commerce atau sekarang lebih dikenal dengan belanja online adalah proses bisnis yang berupa transaksi penjualan. Pembelian, pemesanan, pembayaran, atau promosi barang dan/atau jasa dilakukan dengan menggunakan komputer dan alat komunikasi elektronik digital, atau komunikasi data berupa jaringan internet.

Menurut Simarta (2006: 326) dalam Helmalia & Afrinawati (2018) definisi e-commerce adalah sebagai berikut:

“E-commerce adalah bisnis secara komersial dalam bidang jasa, memakai format elektronik. E-commerce umumnya mengacu pada semua orang, data transaksi yang terkait dengan kegiatan komersial baik secara Organisasi maupun individu berbasis pemrosesan data digital termasuk teks, suara dan gambar.”

Menurut Politwika (2017) menyatakan mengenai e-commerce adalah sebagai berikut:

“Perdagangan online atau e-commerce adalah konsep baru yang dapat digambarkan sebagai proses jual beli barang dan jasa di World Wide Web Internet atau proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk atau jasa



dan Informasi tentang jaringan informasi, termasuk Internet. E-commerce memungkinkan bisnis untuk menjual produk dan layanan mereka di seluruh dunia tanpa terikat pada batas-batas geografis. E-commerce merupakan salah satu bentuk prinsip bisnis baru yang biasa dikenal dengan ekonomi digital. E-commerce muncul sebagai respon terhadap segala macam gaya hidup modern yang selalu menuntut kemudahan dan kenyamanan. Kepraktisan di semua bidang yang dapat dibayangkan.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), e-commerce adalah jaringan online yang dijangkau orang melalui gadget atau komputer dan digunakan oleh pemilik bisnis untuk mengambil informasi dengan bantuan gadget atau komputer. Saya memiliki informasi sehingga mereka dapat memilih pilihan mana yang akan mereka beli.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa e-commerce merupakan suatu tempat terjadinya transaksi dalam sosial media yang menghubungkan jutaan komputer menjadi suatu jaringan raksasa sehingga membuat para pelaku usaha dapat menjual produk dan layanan mereka di seluruh dunia tanpa terikat pada batas-batas geografis, dan data yang mengacu pada penjualan di dalam e-commerce itu berbasis pada pemrosesan data digital sehingga memudahkan dalam penyimpanan data penjualan.

#### **2.1.1.2 Definisi E-Commerce**

Adapun karakteristik e-commerce menurut Rerung (2018) antara lain:

##### **1. Transaksi Tanpa Batas**

Dengan kecanggihan dunia digital tidak ada lagi batasan terkait penjualan suatu produk atau jasa. Misalnya, Batas geografis tidak menghalangi usaha besar atau kecil untuk go internasional. Komunitas global bisa melakukan

Akses dan beli produk kapan saja maupun di mana saja hanya dalam beberapa detik saja.

## 2. Transaksi Anonym

Dalam e-commerce atau jual beli barang, penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka dan tidak perlu bertatap muka. Identitas asli selama pembayaran telah diotorisasi. Hal ini berbeda dengan transaksi jual beli tradisional, dimana pembeli dan penjual harus bertatap muka untuk menyelesaikan suatu transaksi.

## 3. Produk Digital Dan Non Digital

Dengan menggunakan e-commerce, Anda dapat menawarkan produk yang lebih beragam, tidak hanya satu atau dua jenis barang saja. tapi bisa lebih dari itu.

## 4. Produk Barang Tak Berwujud

Dengan menggunakan e-commerce, tidak hanya barang berwujud yang dapat dibeli, tetapi juga barang tidak berwujud dapat dibeli, seperti perangkat lunak atau ide yang dapat dijual secara online.

### **2.1.1.3 Klasifikasi E-Commerce**

Klasifikasi e-commerce biasanya dilakukan oleh orang-orang berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto (2003:45) dapat langsung membedakan jenis-jenisnya sebagai berikut ini:

1. *Business to business (B2B)*, model e-commerce di mana para pelaku usaha tersebut adalah perusahaan, jadi transaksi dan interaksinya terjadi dari satu perusahaan ke perusahaan lain.
2. *Business to Consumer (B2C)*, model e-commerce di mana para pelaku usaha berhubungan langsung dengan penjual (penyedia layanan e-commerce) dan pembeli individu.
3. *Consumer to Consumer (C2C)*, model e-commerce di mana individu atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi secara langsung dengan individu lain sebagai pembeli.
4. *Consumer to Business (C2B)*, model e-commerce di mana kepemilikan pribadi atau tunggal bertransaksi atau berinteraksi dengan satu atau lebih perusahaan. Jenis e-niaga ini Sangat jarang diproduksi di Indonesia.

#### **2.1.1.4 Manfaat Penggunaan E-Commerce**

Manfaat Penggunaan E-commerce menurut Suyanto (2003) adalah sebagai berikut:

1. Bagi Individu
  - a. Memudahkan untuk bertransaksi di dalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Dengan cara seperti itu dapat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.

- b. Dapat menjangkau produk atau layanan dari berbagai negara, berbagai kota dan wilayah pedesaan yang akan susah di dapatkan jika tanpa e-commerce.

## 2. Bagi Umkm

- a. Dapat memperluas market place hingga go international.
- b. Mengurangi biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pengambilan informasi yang relevan menggunakan kertas.
- c. Membantu mengurangi inventaris dan biaya input dengan menyederhanakan rantai pasokan dan mengelola daya "tarik".
- d. Akses informasi lebih cepat.
- e. menghemat waktu dari pembayaran di muka hingga penerimaan produk dan layanan.
- f. Memperkecil biaya telekomunikasi

## 3. Bagi Konsumen

- a. Memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi belanja selama 24 jam sehari sepanjang tahun, bisa dilakukan pada setiap lokasi dengan menggunakan fasilitas Wi-Fi.
- b. Dapat memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan.
- c. Pengiriman menjadi sangat cepat.
- d. Konsumen bisa mendapatkan informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.

- e. Memudahkan persaingan yang ada pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

#### **2.1.1.5 Indikator Penggunaan E-Commerce**

Menurut Nuray Terzi (2011) ada beberapa indikator penggunaan e-commerce yang dapat meningkatkan daya saing yaitu:

##### 1. Akses internet

Kecepatan akses internet memberi nilai lebih bagi perusahaan dengan meningkatkan daya saing. Hal tersebut dikarenakan jika memiliki akses yang cepat maka konsumen akan tertarik dengan pelayanan yang didapatkan, dan tentunya mencoba untuk membeli produk yang kita buat.

##### 2. Kemudahan Informasi

Semakin berkembangnya teknologi, semakin berkembang pula informasi yang diberikan. Semakin banyak sumber daya manusia akan tersedia menggunakan informasi untuk memahami e-commerce Dan menawarkan inovasi menarik lainnya.

##### 3. Kemudahan SDM

Terdapatnya kemajuan yang menitikberatkan pada teknologi membuat sumber daya manusia tidak cuma dituntut dapat melaksanakan namun pula menggunakan beberapa besar teknologi data mengenai permohonan pelanggan serta proses penciptaan.

##### 4. Tanggung jawab manajerial

Dalam membuat daya saing usaha, tanggung jawab manajerial dibutuhkan untuk melindungi serta membagikan ketetapan terkait cara bidang usaha yang hendak dijalani.

## **2.1.2 Human Capital**

### **2.1.2.1 Definisi Human Capital**

Menurut Amstrong (dalam Astuti & Anggraini, 2015) Human Capital melukiskan aspek orang dalam organisasi, intelek kombinasi, keahlian serta kemampuan yang membagikan organisasi kepribadian yang berlainan. Menurut Bontis et al., (dalam Hashima, Osmanb, & Alhabschic, 2015) menyatakan mengenai human capital adalah sebagai berikut:

“Modal manusia ialah saham wawasan orang dari suatu badan yang diwakili oleh pegawai. Bontis menarangkan modal manusia selaku keahlian beramai-ramai industri buat menciptakan pemecahan terbaik dari wawasan individunya. Bontis beranggapan kalau modal manusia merupakan sangat berarti, sebab ialah pangkal inovasi serta inovasi penting. Modal manusia ialah bagian penting dari modal intelektual bersumber pada kombinasi wawasan pegawai, keahlian, pengalaman, serta keahlian yang bisa menciptakan nilai bagi perusahaan. Karyawan menciptakan modal intelektual melalui kompetensi mereka, tindakan mereka, serta intelek intelektual mereka. Kompetensi mencakup keahlian dan pembelajaran, sebaliknya tindakan mencakup bagian sikap kegiatan pegawai, kecerdasan intelektual membolehkan seorang buat mengganti praktik serta mempertimbangkan pemecahan inovatif untuk permasalahan.”

Menurut Jac Fint-Enz dan Chatzel (dalam Sukoco & Prameswari, 2017) human capital berada akibat pergeseran peran sumber daya manusia dalam sebuah organisasi dari sebagai beban menjadi aset/modal. Rancangan human capital menggagas angka imbuhan yang dapat diserahkan oleh pegawai( orang) pada badan

tempat mereka bertugas. Human capital yang jadi aspek pembeda serta dasar faktual keunggulan bersaing suatu organisasi.

Menurut Fint-Enz (dalam Harmein, 2015) modal manusia ialah campuran dari keahlian yang dipunyai seorang untuk berlatih, meningkatkan kemampuan, keahlian menuntaskan sesuatu masalah serta tindakan positif pegawai. Modal manusia ini hendak jadi kekuatan untuk suatu organisasi atau perusahaan.

Konsep utama dari modal manusia adalah kalau manusia bukan sekedar sumber daya namun merupakan modal( capital) yang menghasilkan pengembalian( return) dan setiap pengeluaran yang dicoba dalam rangka mengembangkan kualitas serta kuantitas modal tersebut merupakan kegiatan investasi. Pada dikala memaksimalkan serta mengukur Return On Investment( ROI) pada modal manusia, butuh menguasai bagaimana perihal itu berhubungan dengan wujud capital yang lain, bagus yang berbentuk ataupun yang tidak berbentuk. Human Capital( HC) ROI merupakan sejumlah benefit yang diperoleh organisasi atau tingkatan pengembalian atau profitabilitas dari sejumlah uang yang dikeluarkan untuk mendanai karyawan (Becker, 1962).

#### **2.1.2.2 Indikator Human Capital**

Untuk menilai sejauh mana pelaku bisnis memiliki modal manusia yang cukup, dapat dilihat dari beberapa indikator terkait dengan modal manusia. Menurut Hudson (dalam Hashima, Osmanb, & Alhabschic, 2015) modal manusia merupakan komponen utama dari modal intelektual berdasarkan gabungan pengetahuan karyawan, keterampilan, pengalaman, dan kemampuan yang dapat

menghasilkan nilai bagi organisasi. Modal manusia merupakan komponen penting dari modal intelektual berdasarkan:

1. Kompetensi terdiri dari pengetahuan dan keterampilan

Pengetahuan yaitu merupakan penguasaan ilmu yang dimiliki seseorang dan diperoleh melalui proses pembelajaran serta pengalaman selama kehidupannya. Pengetahuan dalam hal ini adalah pengetahuan manajemen bisnis, pengetahuan produk atau jasa, pengetahuan keuangan, promosi dan strategi pemasaran. Keterampilan yaitu kapasitas khusus untuk memanipulasi suatu objek secara fisik. Standar perilaku para pegawai dalam memilih metode kerja yang dianggap lebih efektif dan efisien. Keterampilan dalam hal ini adalah keterampilan konseptual, keterampilan produksi, keterampilan berkomunikasi dan berelasi, dan keterampilan mengatur dan menggunakan waktu.

2. Sikap yaitu pola perilaku

Perilaku merupakan tindakan nyata atau action yang dapat dilihat atau diamati. Perilaku tersebut terjadi akibat adanya proses penyampaian pengetahuan suatu stimulus sampai ada penentuan sikap untuk melakukan atau tidak melakukan yang dapat dilihat.

3. Kecerdasan intelektual

Kecerdasan intelektual terdiri dari kecerdasan dalam memikirkan solusi inovatif untuk suatu masalah, kreatif, fleksibel dan memiliki kemampuan dalam beradaptasi dengan lingkungan.



### **2.1.3 Penerapan Sistem Informasi Akuntansi**

#### **2.1.3.1 Definisi Sistem Informasi Akuntansi**

Menurut Robert A. Laitch dan Roscoe Bavis (2009) sistem informasi adalah sesuatu sistem di dalam sesuatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengerjaan bisnis setiap hari, mensupport operasi, bersifat manajerial, dan aktivitas strategi dari sesuatu organisasi serta sediakan pihak tertentu dengan laporan-laporan yang dibutuhkan.

Adapun yang dimaksud dengan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah kumpulan sumber daya,, semacam manusia serta perlengkapan, yang didesain untuk mengganti data finansial serta informasi yang lain ke dalam data, dimana data tersebut dikomunikasikan pada para pembuat keputusan (George H. Bodnar dan William S. Hoopwood, 2014).

Sistem Informasi Akuntansi Marshall B. Romney dan Paul John Steinbart dalam bukunya yang berjudul Sistem Informasi Akuntansi (2017 : 11), mengemukakan bahwa sistem informasi akuntansi (SIA) adalah:

“Proses mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses akuntansi dan data lainnya untuk menghasilkan informasi bagi pembuat keputusan”.

Teguh Wahyono (2009 : 16), mendefinisikan sistem informasi akuntansi adalah:

“Kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan yang diatur untuk mengubah data menjadi informasi, informasi ini dikomunikasikan kepada bagian beragam pengambil keputusan.”

### **2.1.3.2 Fungsi Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi**

Adapun fungsi dari penggunaan sistem informasi akuntansi menurut Kurnia Cahya Lestari dan Arni Muarifah Amri (2020) adalah sebagai berikut:

1. Mendukung aktivitas perusahaan sehari-hari

Supaya bisa senantiasa populer, perusahaan wajib selalu beroperasi dengan melaksanakan beberapa kegiatan bisnis usaha yang peristiwanya disebut selaku transaksi semacam melaksanakan pembelian, penyimpanan, proses produksi, penjualan serta lain sebagainya. Sistem informasi akuntansi akan mendukung setiap aktivitas usaha sebab bisa dijadikan acuan untuk melaksanakan kegiatan operasionalnya.

2. Mendukung proses pengambilan keputusan

Keberadaan sistem informasi akuntansi pastinya hendak memudahkan ketersediaan informasi akuntansi yang dibutuhkan dalam cara pengambilan keputusan untuk masa depan usaha.

3. Membantu pengelolaan perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak eksternal

Setiap perusahaan wajib penuhi tanggung jawabnya secara hukum. Salah satu tanggung jawab berarti merupakan keharusannya membagikan informasi pada pengguna yang terletak diluar perusahaan ialah stakeholder yang mencakup agen, klien, pemegang saham, penagih, penanam modal, pemerintah, serta sindikat kegiatan.

### 2.1.3.3 Kualitas Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Aldila Septiana (2016), informasi merupakan data yang sudah diolah atau diproses untuk ditampilkan sesuai dengan keinginan penggunanya. Informasi mempunyai nilai bila dapat meningkatkan wawasan serta kepercayaan pengguna informasi di dalam pengambilan keputusan. Informasi akuntansi yang memiliki kualitas harus memiliki beberapa syarat, antara lain:

1. Perbandingan antara manfaat dan biaya

Manfaat informasi akuntansi sedikitnya harus serupa dengan biaya untuk membuat laporan itu. Biaya informasi suatu akuntansi tidak bisa lebih besar dari manfaat yang diperoleh dari pemakai informasi itu.

2. Dapat dimengerti

Ditetapkan dalam bentuk dan dengan arti yang disesuaikan dengan batas pengertian atau pengetahuan pemakai.

3. Relevan

Ditampilkan metode pengukuran dan pelaporan akuntansi keuangan yang akan membantu para pemakai untuk pengambilan keputusan yang memerlukan penggunaan data akuntansi.

4. Dapat dipercaya

Informasi akuntansi tergantung pada tiga hal, antara lain :

- a. Dapat diuji: informasi wajib dapat diuji kebenarannya oleh para penguji independen melalui metode pengukuran yang sama.
- b. Netral: ditunjukkan untuk kebutuhan umum pemakai dan tidak bergantung pada kebutuhan dan keinginan pihak-pihak tertentu.

c. Menyajikan yang seharusnya: informasi wajib berasal dari keadaan ekonomi atau kejadian yang seharusnya terjadi.

5. Nilai prediksi

Informasi membahas keadaan keuangan masa sekarang atau kinerja masa lalu bisa mempunyai nilai prediksi.

6. Feedback (umpan balik)

Berupa perkiraan, pembenaran, atau penolakan atas perencanaan sebelumnya.

7. Tepat waktu

Informasi wajib disampaikan secepat mungkin supaya dapat dipergunakan untuk dasar pengambilan keputusan.

8. Dapat dibandingkan/konsisten

Apabila dibandingkan, ditujukan supaya pembaca laporan keuangan bisa lebih mudah mengetahui persamaan dan perbedaan antara perusahaan-perusahaan yang bersangkutan.

9. Materiality (cukup berarti)

Desakan prinsip-prinsip akuntansi dapat diabaikan bila suatu informasi akuntansi dianggap berarti untuk pengguna informasi akuntansi itu. Jadi, desakan prinsip akuntansi dapat diabaikan sepanjang tidak menimbulkan kekeliruan informasi akuntansi yang mempengaruhi ketetapan pembaca informasi.

#### **2.1.3.4 Indikator Penerapan Sistem Informasi Akuntansi**

Menurut Mauliansyah & Saputra (2019) mengemukakan terdapat 4 indikator sistem informasi akuntansi, yaitu:

1. Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi
2. Kualitas Sistem Informasi Akuntansi
3. Keamanan Sistem Informasi Akuntansi
4. Sarana Pendukung Sistem Informasi Akuntansi

#### **2.1.4 Kelangsungan Usaha Pada UMKM**

##### **2.1.4.1 Definisi UMKM**

Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 UMKM ialah sebagai usaha milik orang perorangan badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha yang memiliki batasan-batasan tertentu. Sedangkan menurut Abdurohim (2021) UMKM adalah usaha yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau dimiliki oleh sekelompok orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.

##### **2.1.4.2 Definisi Kelangsungan Usaha**

Keberlangsungan usaha ialah suatu wujud konsistensi dari kondisi suatu usaha, yang dimana keberlangsungan usaha ini termasuk suatu proses berlangsungnya usaha baik mencakup pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk

menjaga keberlangsungan usaha dan pengembangan usaha dimana semua ini bermuara pada keberlangsungan dan eksistensi usaha (Verdú et al, 2015).

Keberlangsungan usaha wajib dengan cara keseluruhan dipertahankan operasi usahanya supaya senantiasa bisa bersaing dipasar. Situasi kompetisi yang energik serta labil menghasilkan para pelaku UMKM menjadi sensitif dengan pergantian, alhasil pelaku UMKM wajib membuat keunggulan bersaing supaya mempunyai kelebihan dalam kompetisi serta berkepanjangan di pasar (Dalimunthe, 2017).

Pemilik usaha tentu menginginkan usaha yang dijalankan berkembang dan berlangsung dengan jangka panjang. Keberlangsungan sendiri diartikan usaha yang dijalankan akan terus beroperasi atau berkembang untuk jangka panjang. Beberapa usaha dapat ditemui memiliki keberlangsungan usaha sampai turun temurun. Kepemimpinan yang diturunkan oleh pemilik pertama kepada turunannya, membuat keberlangsungan usaha akan terus berjalan. Nilai jangka panjang tersebut dapat ditingkatkan dengan konsisten dan stabil dalam performa bisnis yang dapat mengimplementasikan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan (Trimagnus, 2019).

Menurut (Widayantiet al., 2017) keberlangsungan usaha adalah suatu kestabilan dari keadaan usaha, yang mana keberlangsungan adalah sistem berlangsungnya usaha yang mencakup pertambahan, kelanjutan dan pendekatan untuk melindungi kelangsungan usaha dan ekspansi usaha. Keberlangsungan usaha dalam penelitian ini di ukur oleh beberapa indikator seperti yang diungkapkan oleh (Yanti et al., 2017).

Menurut Narayanadp (2018) keberlangsungan usaha adalah usaha bisnis untuk menghambat efek negatif bagi lingkungan maupun sosial agar keturunan penerus nanti memiliki sumber daya yang memadai untuk memenuhi kebutuhannya. Keberhasilan di pasar global yang memiliki kualitas baik akan membuat keberlangsungan usaha aman bagi lingkungan. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keberlangsungan usaha adalah suatu usaha yang tetap berlangsung dari waktu ke waktu secara turun menurun dalam jangka panjang dengan kepemimpinan yang sama, sehingga dapat mempertahankan hasil produk yang dihasilkan.

Keberlangsungan usaha berhubungan bagaimana seseorang pelaku usaha meningkatkan usahanya, pengembangan upaya umumnya dicoba buat tingkatan jumlah produk yang didistribusikan ke pasar, alhasil dibutuhkan terdapatnya pergantian, akumulasi pangkal energi yang dipunyai dan aspek yang lain yang bermaksud buat melaksanakan perbaikan dalam pengurusan industri (Muhammad Musrofi,2008).

Menurut Handayani (2007), keberlangsungan usaha adalah keadaan sesuatu upaya, yang dalam pengelolaannya mempraktikkan metode supaya bisa bertahan, bertumbuh dan melindungi sumber daya dan dapat memenuhi kebutuhan dalam usaha itu, metode yang dipakai berasal dari pengalaman sendiri, orang lain, dan berdasarkan pada situasi atau keadaan ekonomi yang sedang terjadi di dalam dunia upaya atau bisa diartikan kalau keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dari situasi upaya, melingkupi perkembangan, kemajuan dan strategi buat melindungi kesinambungan upaya itu sendiri.

Keberlangsungan usaha wajib dengan cara keseluruhan dipertahankan operasi usahanya alhasil bisa senantiasa bersaing di pasar. Situasi kompetisi yang energik serta labil menghasilkan para pelaku UMKM supaya sensitif dengan pergantian, alhasil UMKM wajib membuat keunggulan bersaing supaya mempunyai kelebihan dalam kompetisi serta berkepanjangan di pasar. Keberlangsungan usaha dipengaruhi sebagian aspek pemicu bidang usaha jadi kokoh serta bertahan, antara lain terdapatnya kumpulan konsep bidang usaha, inovasi biasa konsep bidang usaha, menganalisa kompetitor, keringanan merambah bidang usaha, serta keahlian kalkulasi efek. Keberlangsungan usaha bisa ditinjau dari kesuksesan dalam inovasi, pengurusan pegawai, serta klien (Panggabean, 2018).

#### **2.1.4.3 Manfaat Kelangsungan Usaha**

Menurut yang dilansir dari (Beritasatu, 2016) mengenai manfaat dari keberlangsungan usaha yaitu:

1. Produktivitas meningkat

Keberlangsungan usaha sama dengan meminimalkan proses produksi dan mengurangi aktivitas yang terlalu berlebihan, sehingga biaya produksi yang dikeluarkan juga berkurang.

2. Membuka peluang investasi

Pelaku usaha yang dapat mengelola usahanya, lingkungan usaha, dan memiliki sumber daya manusia yang berkesinambungan akan memiliki besar kemungkinan dilirik oleh investor untuk investasi pada usaha yang kita miliki.



### 3. Meningkatkan keuntungan

Jika pelaku usaha dapat menjaga keberlangsungan usahanya dengan baik seperti kelestarian lingkungan kerja, maka dapat dipastikan keberlangsungan usaha tersebut akan meningkatkan keuntungan usaha yang kita miliki dikarenakan jika memiliki kelestarian lingkungan yang baik akan menjadi salah satu daya tarik dalam usaha.

### 4. Sumber daya manusia yang berkualitas

Sumber daya manusia yang di kelola dengan baik dengan melalui keterampilan dan kemampuan yang dimiliki karyawan akan memotivasi untuk terus belajar dan mampu bersaing secara kompetitif demi mewujudkan keberlangsungan usaha yang baik.

### 5. Mengefisiensi energi

Keberlangsungan suatu usaha tidak lepas dari memanfaatkannya teknologi yang berkembang saat ini. Teknologi mendukung usaha menjadi semakin efektif dan efisien.

#### **2.1.4.4 Indikator Kelangsungan Usaha**

Indikator untuk mengukur keberlangsungan usaha pada UMKM pada penelitian ini merujuk pada penelitian Sanistasya (2019). Menurut Sanistasya (2019) diukur dengan tiga indikator, antara lain:

#### 1. Produktivitas

Produktivitas ini menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan produk dan adanya peningkatan penjualan produk dari

waktu ke waktu. Produktivitas ini dilihat berdasarkan kenaikan penjualan dari satu periode dibandingkan periode sebelumnya, jika tingkat penjualan meningkat maka perolehan laba juga meningkat.

## 2. Profitabilitas

Profitabilitas ini dapat dilihat dari selisih antara penerimaan usaha dikurangi biaya-biaya dalam satu periode. Pendapatan usaha dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu pendapatan operasional (pendapatan utama yang berasal dari hasil penjualan produk atau jasa) dan pendapatan non operasional, yaitu pendapatan yang didapatkan dari selain pendapatan utama seperti pendapatan hasil penjualan usaha berharga, penjualan aktiva tak berwujud, bunga, sewa dan royalti.

## 3. Pasar

Indikator pasar ini dapat menggambarkan bagaimana pelaku usaha dapat meningkatkan pasar usaha. Pertumbuhan pasar dapat meningkat apabila terjadi peningkatan jumlah permintaan dari pasar selain itu pasar yang dijangkau juga semakin luas.

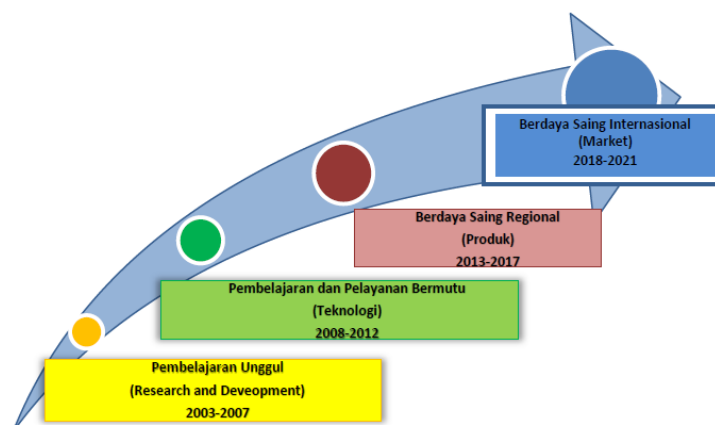
### **2.2 *State of The Art***

Penelitian ini berangkat dari permasalahan yang terjadi pada UMKM selama periode pandemi, dimana banyak UMKM yang terpaksa harus menutup operasi usahanya karena banyak faktor seperti kekurangan modal, penjualan yang tidak optimal ataupun banyaknya utang. Banyak UMKM yang sudah menggunakan E-commerce dalam melaksanakan operasional bisnisnya, dan penelitian mengenai

penggunaan E-commerce pada UMKM sebenarnya sudah cukup banyak dilakukan. Hanya saja yang menjadi hal baru dalam penelitian ini adalah, peran e-commerce dilengkapi dengan human capital, dimana penggunaan teknologi akan ditopang kemampuan dan pengalaman dari pebisnis yang akan menjadi faktor kritikal juga. Dilengkapi dengan penerapan sistem informasi akuntansi pada UMKM, dirasa akan mendukung kelangsung usaha pada UMKM. Lebih jauh lagi indikator pengukuran dalam variable dependen menggunakan SPA Seksi pada SPAP Ikatan Akuntansi Indonesia, jadi dalam penelitian ini akan terungkap bagaimana strategi bertahan pada usaha kecil dan menengah di Kabupaten Garut.

### **2.3 Roadmap Penelitian**

Dalam mewujudkan penelitian yang baik, diperlukan kesesuaian antara isi penelitian dengan standar sesuai dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Pasundan Nomor: 22/Unpas.R/SK/Q/IV/2016 STD/UNPAS/LIT.02 sehingga penelitian merujuk pada Rencana Induk Penelitian Unpas (RIP) tahun 2017-2021. Dalam upaya mendukung penelitian di lingkungan program studi akuntansi, terdapat *roadmap* yang menjadi acuan dalam menentukan tema yang selaras yang dapat dilihat sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Roadmap Penelitian**

Berdasarkan pada Gambar 2.1 berdaya saing internasional (*market*) pada tahun 2018-2021 menjadi payung bagi tema penelitian baik bagi dosen maupun bagi mahasiswa melalui kolaborasi. Dalam mewujudkan berdaya saing di internasional program studi Akuntansi berupaya dengan membentuk penelitian dengan tema kerjasama ekonomi internasional, *e-marketing*, *e-money*, *cyber media*, *e-accounting*, *cyber law*, implementasi akuntansi pada sektor bisnis serta publik, *sociopreneur*, *technopreneur*, dan pemetaan industri.

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2021 : 99) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian ini telah terlebih dahulu dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Penggunaan E-commerce Berpengaruh Terhadap Kelangsungan Usaha Pada UMKM

H2 : Human Capital Berpengaruh Terhadap Kelangsungan Usaha Pada UMKM

H3 : Sistem Informasi Akuntansi Berpengaruh Terhadap Kelangsungan Usaha Pada UMKM

### **3 METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Sugiyono (2021:17) mendefinisikan objek penelitian ialah sebagai berikut:

“Objek penelitian ialah sesuatu ciri atau watak atau nilai dari orang yang bertumbuh apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti serta kedatangan peneliti tidak mempengaruhi dinamika pada objek tersebut.”

Objek dalam penelitian ini ialah penggunaan e-commerce, human capital dan sistem informasi akuntansi terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang bisa diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk mengembangkan teori hipotesis yang memiliki kaitan dengan fenomena-fenomena alam.

Dalam konsep penelitian kuantitatif, pengukuran adalah yang menjadi pusat penelitian. Hal ini karena hasil pengukuran dapat membantu untuk melihat adanya hubungan antara pengamatan empiris dengan hasil dari data-data. penelitian kuantitatif juga mempunyai tujuan untuk membantu menemukan hubungan antara variabel yang ada dalam sebuah populasi.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Dalam pengumpulan sumber data, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer. Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian

yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Jadi data yang di dapatkan secara langsung. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan metode survey dan juga metode observasi. Metode survey ialah metode yang pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan wawancara kepada pemilik usaha woodhouse untuk mendapatkan data atau informasi yang di butuhkan. Kemudian penulis juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. Metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi. Jadi penulis datang ke tempat usaha woodhouse untuk mengamati aktivitas yang terjadi pada usaha tersebut untuk mendapatkan data atau informasi yang sesuai dengan apa yang di lihat dan sesuai dengan

### **3.4 Model Analisis**

#### **3.4.1 Analisis Deskriptif**

Sugiyono (2021, 206) mengartikan Statistik deskriptif ialah sebagai berikut:

“Statistik deskriptif ialah statistik yang dipakai untuk menganalisis data memakai cara mendeskripsikan atau juga menggambarkan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa ada yang bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

Statistik dipakai hanya untuk mendeskripsikan data sampel, dan tidak membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel itu diambil. Statistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan informasi tentang variabel

Penggunaan E-commerce, Human Capital, Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM Kota Bandung.

Metode analisis data yang dipakai pada penelitian ini ialah metode kuantitatif.

Langkah-langkah yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Penulis melaksanakan pengumpulan data dengan metode sampling, sampling yang diselidiki merupakan sampel yang ialah suatu gabungan dari pengukuran yang diseleksi dari populasi yang jadi perhatian dalam penelitian.
2. Setelah pengumpulan data, ditetapkannya perlengkapannya guna mendapatkan data dari sumber penelitian. Alat yang dipakai dalam penelitian ini merupakan daftar kusioner guna memastikan angka dari kusioner itu dengan memakai skala likert.
3. Daftar kusioner disebar pada responden yang telah ditetapkan. Kusioner tersebut berisi pernyataan positif yang memiliki 5 jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda.
4. Kemudian, dilakukan pengolahan data, dianalisis dan disajikan. Penulis menggunakan uji statistik dalam penelitian ini dengan tujuan untuk menilai variabel penggunaan e-commerce (X1), human capital (X2), sistem informasi akuntansi (X3) dan kelangsungan usaha pada UMKM (Y).

#### **3.4.2 Analisis Verifikatif**

Data yang telah dikumpulkan melalui kusioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai



sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan langkah-langkah : yaitu, memberikan nilai pembobotan 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif. Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara:

1. Mengolah setiap jawaban dan pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.
2. Nilai yang diperoleh merupakan indicator untuk pasangan variabel independen X yaitu  $X_1$  ,  $X_2$  ,  $\dots$   $X_n$  dan variabel dependen Y sebagai berikut  $X_1, Y, X_2, Y, \dots, X_n, Y$  dan asumsikan sebagai hubungan linear.
3. Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternative jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukurannya menjadi skala interval melalui Metode of Successive Interval hays, 1969:39.
4. Menentukan struktur hubungan Menentukan stuktur hubungan antar variabel berdasarkan pada diagram pemikiran. Didalam melakukan analisis jalur harus dijelaskan hubungan antar variabel secara diagram jalur yang bentuknya ditentukan oleh proporsi teoritik yang berasal dari kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian Nirmana SK Sitepu 1994:15.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasional Variabel bermaksud guna menerangkan tiap variabel dalam konsep dimensi dan indikator, alhasil pengujian hipotesis dengan memakai alat bantu statistik bisa dicoba dengan baik. Selanjutnya ini ialah uraian mengenai variabel penelitian yang dipakai guna melaksanakan analisa dalam penelitian ini antara lain:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator
Penggunaan E-Commerce (X1)  (Looi, 2005) (Gibbs and Kramer, 2004) (Abbas, 2018)	1. Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online purchasing</li> <li>• Bertukar dokumen/informasi dengan supplier</li> </ul>
	2. Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memasarkan produk lewat media internet</li> <li>• Menggunakan katalog online</li> </ul>
	3. Penjualan dan Pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Online enquiry</li> <li>• Online ordering and selling</li> <li>• Online payment</li> <li>• Bertukar dokumen dengan konsumen</li> </ul>
	4. Pengiriman dan Purnajual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Order delivery tracking</li> <li>• Delivery process</li> <li>• Customer service</li> </ul>

Variabel	Dimensi	Indikator
<p>Human Capital (X2)</p> <p>(Mubarik et al, 2018) (Safii &amp; Rahayu, 2021) (Ratnamiasih et al, 2022)</p>	<p>1. Pengalaman</p> <p>2. Kemampuan</p> <p>3. Sikap (Attitude)</p> <p>4. Atribut Personal dan Kesehatan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizational tenure</li> <li>• Similar industry experience</li> <li>• Work related experience</li> <li>• Communication skills</li> <li>• Problem solving skills</li> <li>• Intrapreneurial skills</li> <li>• Work related skills</li> <li>• Satisfaction</li> <li>• Motivation</li> <li>• Engagement</li> <li>• Cooperation</li> <li>• Commitment</li> <li>• Creativity</li> <li>• Intelligence</li> <li>• Leadership</li> <li>• Risk taking</li> <li>• Longevity</li> <li>• Absenteeism</li> </ul>

Variabel	Dimensi	Indikator
Penerapan Sistem Informasi Akuntansi (X3)  (Weli, 2019) (Hakiki et al, 2020) (Romney et al, 2021)	1. Penggunaan Sistem Pelaporan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pencatatan aktivitas penjualan</li> <li>• Pencatatan aktivitas pembelian</li> <li>• Pencatatan penerimaan kas</li> <li>• Pencatatan pengeluaran kas</li> <li>• Pencatatan persediaan</li> <li>• Pencatatan utang</li> <li>• Pencatatan piutang</li> <li>• Pencatatan aset tetap</li> <li>• Pencatatan gaji karyawan</li> </ul>
	2. Kegunaan Laporan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemahaman akan laporan keuangan</li> <li>• Laporan keuangan untuk memperoleh kredit</li> <li>• Laporan keuangan untuk keputusan bisnis</li> <li>• Laporan persediaan untuk keputusan pembelian</li> <li>• Pentingnya laporan keuangan</li> <li>• Laporan keuangan untuk evaluasi bisnis</li> </ul>
	3. Penggunaan Aplikasi Komputer	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menggunakan aplikasi atau komputer</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komputer dan aplikasi untuk penyimpanan data</li> <li>• Persepsi kegunaan komputer dan aplikasi</li> </ul>
--	--	---

Variabel	Dimensi	Indikator
Kelangsungan Usaha (Y)  (SA 570, 2013)	1. Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerugian operasi berulang kali</li> <li>• Kekurangan modal kerja</li> <li>• Arus kas negatif</li> <li>• Buruknya rasio keuangan utama</li> <li>• Kegagalan dalam memenuhi kewajiban utang</li> <li>• Penolakan oleh pemasok atas pembelian kredit</li> <li>• Perlu sumber pendanaan baru</li> <li>• Penjualan sebagian besar aktiva</li> </ul>
	2. Operasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemogokan kerja karyawan</li> <li>• Kekurangan penyediaan barang/bahan</li> <li>• Kebutuhan akan perbaikan</li> </ul>

	3. Lain-lain	<p>operasional bisnis</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kehilangan pelanggan utama</li> <li>• Kehilangan pemasok utama</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya gugatan pengadilan</li> <li>• Adanya regulasi yang menyulitkan</li> <li>• Kerugian akibat bencana atau penyakit</li> </ul>
--	--------------	--

### 3.6 Metode Analisis Data

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2021, 258) Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen dinaik turunkan nilainya, jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Bentuk persamaan dari regresi linear berganda adalah:

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

Keterangan:

$Y$  = Kelangsungan usaha pada UMKM

$X_1$  = Penggunaan E-commerce

$X_2$  = *Human Capital*

$X_3$  = Penerapan sistem informasi akuntansi

$a$  = nilai  $Y$  jika  $X = 0$  (nilai konstanta)

$b$  = angka arah atau koefisien regresi

$e$  = kesalahan baku estimasi regresi

Dari penjelasan dan rumus diatas, maka dapat disimpulkan bahwa apabila jumlah variabel independennya lebih dari satu maka akan bisa dilakukan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

### Uji Korelasi Ganda

Analisi ini digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dengan variabel  $Y$  secara bersamaan. Menurut Sugiyono (2019:183) rumus korelasi ganda sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} - \{n(Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien Korelasi pearson (product moment)

$\Sigma XY$  = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\Sigma X$  = Jumlah nilai variabel x

$\Sigma Y$  = Jumlah nilai variabel y

$\Sigma X^2$  = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\Sigma Y^2$  = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

$n$  = Banyaknya sampel

### **Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis ini, peneliti menetapkan dengan menggunakan uji signifikan dan menetapkan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

Menurut Sugiyono (2021, 99) definisi hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.”

### **Pengujian Hipotesis Secara Parsial**

Hipotesis nol ( $H_0$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa tidak pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) adalah hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan secara parsial (uji  $t$ ) maupun secara simultan (uji  $F$ ).



a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik dapat menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t ini dilakukan dengan membandingkan antara t-statistik (nilai t yang dihasilkan dari proses regresi) dan nilai t yang diperoleh dari tabel. Menurut Sugiyono (2021:248) rumus untuk menguji uji t sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t : Nilai Uji t

r : Koefisien korelasi

$r^2$ : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

Uji t menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh dan hubungan variabel. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji t:

1) Perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

a) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2) Perbandingan nilai signifikan dengan taraf nyata

a. Jika nilai signifikan  $\geq$  taraf nyata (0,05), maka  $H_0$  diterima dan

$H_a$  ditolak.

b. Jika nilai signifikansi  $<$  taraf nyata (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan

$H_a$  diterima

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_{01} : (\beta_1 \leq 0)$  Penggunaan E-commerce tidak berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

$H_{01} : (\beta_1 > 0)$  Penggunaan E-commerce berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

$H_{02} : (\beta_2 \leq 0)$  *Human Capital* tidak berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

$H_{a2} : (\beta_2 > 0)$  *Human Capital* berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

$H_{03} : (\beta_3 \leq 0)$  Penerapan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

$H_{a3} : (\beta_3 > 0)$  Penerapan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM

Kriteria untuk penerimaan dan penolakan hipotesis nol  $H_0$  yang dipergunakan adalah sebagai berikut:

$H_0$  diterima apabila :  $\pm t_{hitung} \leq t_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila :  $\pm t_{hitung} > t_{tabel}$

### **Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

Pengujian simultan akan diuji pengaruh pada ketiga variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan uji F atau yang biasa disebut dengan Analysis of variance (ANOVA). Menurut Sugiyono (2021, 267) pengujian uji F dapat menggunakan rumus signifikan korelasi ganda sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

R : Koefisien korelasi ganda

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah anggota sampel

Uji  $F$  menggunakan beberapa dasar analisis untuk menentukan pengaruh dan hubungan variabel dalam penelitian. Berikut dasar analisis yang digunakan pada uji  $F$ :

#### 1. Perbandingan $F_{hitung}$ dengan $F_{tabel}$

a. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 2. Perbandingan nilai signifikan dengan taraf nyata

a. Jika nilai signifikan  $\geq$  taraf nyata (0.05), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Jika nilai signifikan  $<$  taraf nyata (0,05),  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Adapun rancangan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0 : (\beta < 0)$  Penggunaan E-commerce, *Human Capital* dan Penerapan sistem informasi akuntansi secara simultan tidak berpengaruh terhadap pada UMKM

$H_0 : (\beta < 0)$  Penggunaan E-commerce, *Human Capital* dan Penerapan sistem informasi akuntansi secara simultan berpengaruh terhadap Kelangsungan usaha pada UMKM.

### **Koefisien Determinasi**

Menurut Ghozali (2018, 97) Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varians dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Besarnya koefisien determinasi

r : koefisien korelasi

### **Rancangan Kusioner**

Kuesioner terdiri dari 66 pertanyaan yaitu 13 pernyataan mengenai Penggunaan E-commerce, 19 pernyataan mengenai Human Capital, 18 pertanyaan mengenai Penerapan sistem informasi akuntansi, dan 16 pernyataan mengenai Kelangsungan usaha.


## 4 LUARAN DAN TARGET PENCAPAIAN

### 4.1 Luaran Penelitian

Penelitian ini menargetkan beberapa luaran, diantaranya adalah :

1. Laporan akhir penelitian
2. Jurnal terakreditasi nasional
3. Conference nasional/internasional

Adapun penelitian ini sudah berhasil menghasilkan luaran berupa prosiding conference nasional yakni Parade Riset Akuntansi 7 yang ada di Universitas Siliwangi.

*Parade Riset Akuntansi 7 – Universitas Siliwangi* 

### ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KELANGSUNGAN USAHA PADA UMKM

**Syafvira Ananda Wijaya<sup>1</sup>**

Akuntansi, Universitas Pasundan  
syafvirananda2000@gmail.com

**Budi Septiawan<sup>3</sup>**

Akuntansi, Universitas Pasundan  
budi.septiawan@unpas.ac.id

**Sasa S. Suratman<sup>2</sup>**

Akuntansi, Universitas Pasundan  
sasa\_ssuratman@unpas.ac.id

**Isye Siti Aisyah<sup>4</sup>**

Akuntansi, Universitas Pasundan  
isyesas@gmail.com

**Gambar 4.1 Tampilan Prosiding Book of Abstract**

## 5 HASIL PENELITIAN

### 5.1 Hasil Penelitian

#### 5.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM yang berada di Kabupaten Garut khususnya yang berada di Kecamatan Kadungora, Garut. Kecamatan Kadungora memiliki luas sebesar 1.63 *km*<sup>2</sup>. Jumlah penduduk di Desa Kadungora adalah 93.575 jiwa (BPS, 2020).

**Tabel 5.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Kadungora**

NO	2019	
	Estimasi Penduduk Kecamatan Kadungora	
	Desa/Kelurahan	Jumlah
1	Desa Rancasalak	10.125
2	Desa Mandalasari	7.311
3	Desa Hegarsari	6.716
4	Desa Talagasari	13.570
5	Desa KarangMulya	7.770
6	Desa KarangTengah	6.916
7	Desa GandaMekar	7.046
8	Desa Kadungora	4.563
9	Desa Neglasari	5.819
10	Desa Cikembulan	4.760
11	Desa Cisaat	4.521
12	Desa Mekarbakti	4.209
13	Desa Tanggulun	5.423
14	Desa Harumansari	4.826
	Jumlah	93.575

**Sumber: BPS, 2019**

### 5.1.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada 98 responden dengan 66 item pernyataan. Variabel Penggunaan E-Commerce (X1) terdiri dari 13 pernyataan, variabel Human Capital (X2) terdiri dari 19 pernyataan, variabel Penerapan SIA (X3) terdiri dari 18 pernyataan dan variabel Kelangsungan Usaha UMKM (Y) juga terdiri dari 16 pernyataan. Hasil dari penelitian 115 responden di UMKM Kabupaten Garut ini diperoleh data sebagai berikut:

#### Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Usaha

**Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha**

No	Jenis Usaha	Jumlah	Presentase
1	Kuliner	42	36,43%
2	Pakaian	25	21,63%
3	Kerajinan Tangan	10	8,9%
4	Lainnya	38	33,04%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Berdasarkan hasil dari tabel 4.2 maka dapat disimpulkan bahwa 115 responden terdiri dari 42 atau 36,43% memiliki jenis usaha kuliner, 25 atau 21,63% memiliki jenis usaha pakaian, 10 atau 8,9% memiliki jenis usaha lainnya. Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan, Usaha yang banyak diminati adalah usaha Kuliner, karena cepatnya pergantian musiman makanan yang membuat ada banyak pelaku usaha yang terjun menjadi penjual makanan di Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut.



### Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Pria	49	42,60%
2	Wanita	66	57,40%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Berdasarkan tabel 4.3 maka dapat disimpulkan bahwa 115 responden terdiri dari 49 orang atau 42,60% berjenis kelamin Pria dan 66 orang atau 57,40% berjenis kelamin wanita. Banyaknya pelaku usaha berjenis kelamin wanita ini karena, pada saat ini ada banyak pekerjaan yang dapat dilakukan dari rumah dengan tujuan untuk membantu perekonomian keluarga.

### Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 25 Tahun	49	42,60%
2	25–40 Tahun	35	30,43%
3	40-55 Tahun	20	17,40%
4	>55 Tahun	11	9,57%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Berdasarkan tabel 4.4 maka dapat disimpulkan bahwa 115 responden pelaku UMKM Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut terdiri dari 49 orang (42,60%) pelaku umkm berada pada umur < 25 Tahun, 35 orang (30,43%) berumur 25-40 tahun, 20 orang (17,40%) pelaku umkm berada pada umur 40-55 dan 11 orang

(9,57%) berumur > 55 Tahun. Besarnya angka usia < 25 tahun yang mulai usaha ini sebagian besar adalah lulusan sma dan memilih untuk melanjutkan usaha keluarga ataupun membuat usaha kecil-kecilan dikarenakan sulitnya mendapatkan pekerjaan, selain itu usia < 25 memiliki kemampuan teknologi yang cukup dalam memasarkan barang dagangannya.

### **Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

**Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>No</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1	SD	5	4,34%
2	SMP	10	8,70%
3	SMA/SMK	79	68,70%
4	S1	11	9,56%
5	S2/S3	10	8,70%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Dari tabel 4.5 tersebut dapat disimpulkan bahwa 115 responden pada pelaku UMKM Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut ini berasal dari pendidikan terakhir SD sebanyak 5 orang (4,34%), SMP 10 orang (8,70%), SMA/SMK sebanyak 79 orang (68,70%), S1 sebanyak 11 orang (9,56%) dan S2/S3 sebanyak 10 orang (8,70%) Banyaknya pelaku UMKM yang berasal dari pendidikan SMA ini dikarenakan ada beberapa yang beralasan tidak mempunyai biaya untuk melanjutkan sekolah, ataupun ada yang meneruskan usaha keluarga.

### Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Usaha

**Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha**

No	Lama Usaha	Jumlah	Presentase
1	<1 Tahun	30	26,08%
2	1-10 Tahun	15	13,05%
3	10-20 Tahun	32	27,83%
4	>20 Tahun	38	33,04%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Dari tabel 4.6 tersebut dapat disimpulkan bahwa 115 responden pada pelaku UMKM Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut ini berasal dari Lama Usaha <1 Tahun sebanyak 30 orang (26,08%), 1-10 Tahun sebanyak 15 orang (13,05%), 10-20 Tahun sebanyak 32 orang (27,83%), dan >20 Tahun sebanyak 38 orang (33,04%). Besarnya pelaku UMKM yang telah menjalankan usaha selama >20 tahun rata-rata pelaku usaha yang meneruskan usaha keluarganya.

### Deskripsi Responden Berdasarkan Media Dalam Berjualan Online

**Tabel 5.7**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Media Dalam Berjualan Online**

No	Media Dalam Berjualan Online	Jumlah	Presentase
1	Facebook/Instagram	25	21,73%
2	WhatsApp	5	4,35%
3	Tokopedia	10	8,70%
4	Gofood	25	21,73%

5	Shopee	40	34,79%
6	Lainnya	10	8,70%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Dari tabel 4.7 tersebut dapat disimpulkan bahwa 115 responden pada pelaku UMKM Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut ini berasal dari Media Dalam Berjualan Online Facebook/Intagram sebanyak 25 orang (21,73%), WhatsApp sebanyak 5 orang (4,35%), Tokopedia sebanyak 10 orang (8,70%), Gofood sebanyak 25 orang (21,73%), Shopee sebanyak 40 orang (34,79%), Lainnya sebanyak 10 orang (8,70%). Besarnya pelaku UMKM yang menggunakan shopee sebagai media dalam berjualan online dikarenakan shopee untuk saat ini memang sedang digemari para konsumen sehingga para pelaku usaha sedang berlomba-lomba untuk berjualan di shopee.

### **Deskripsi Responden Berdasarkan Teknologi Dalam Berjualan**

**Tabel 5.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Teknologi Dalam Berjualan**

No	Teknologi Dalam Berjualan	Jumlah	Presentase
1	Smarthphone	85	73,92%
2	Laptop/Komputer	25	21,74%
3	Tablet	5	4,34%
4	Lainnya	0	0%
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data Primer, diolah 2022**

Dari tabel 4.8 tersebut dapat disimpulkan bahwa 115 responden pada pelaku UMKM Kecamatan Kadungora Kabupaten Garut ini berasal dari Teknologi

dalam Berjualan Smartphone sebanyak 85 orang (73,92%), Laptop/Komputer sebanyak 25 orang (21,74%), Tablet sebanyak 5 orang (4,34%), dan Lainnya sebanyak 0 orang (0%). Besarnya pelaku UMKM yang menggunakan smartphone sebagai teknologi dalam berjualan, dikarenakan smartphone dianggap lebih mudah dan praktis sehingga membuat pekerjaan para pelaku usaha lebih cepat dan *efisien*.

### **5.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

Sebelum data hasil penelitian diolah, terlebih dahulu dilakukan pengujian kelayakan terhadap kualitas alat ukur penelitian (kuesioner) yang digunakan untuk membuktikan apakah kuesioner yang digunakan memiliki ketepatan (*validity*) dan konsistensi (*reliability*) untuk digunakan sebagai alat ukur penelitian.

#### **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat menjalankan fungsinya. Seperti telah dijelaskan pada metodologi penelitian bahwa untuk melihat valid tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor total butir pernyataan, apabila koefisien korelasinya lebih besar atau sama dengan 0,30 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan korelasi product moment ( $r$ ) diperoleh hasil uji validitas sebagai berikut.

#### **1. Uji Validitas Penggunaan E-Commerce**

Tabel dibawah ini menyajikan hasil uji validitas terhadap pernyataan Penggunaan E-commerce.

**Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas**

Items	Pearson Correlation	Nilai R	Hasil
1	0.761	0.3	Valid
2	0.658	0.3	Valid
3	0.694	0.3	Valid
4	0.748	0.3	Valid
5	0.707	0.3	Valid
6	0.759	0.3	Valid
7	0.789	0.3	Valid
8	0.783	0.3	Valid
9	0.660	0.3	Valid
10	0.587	0.3	Valid
11	0.589	0.3	Valid
12	0.414	0.3	Valid
13	0.771	0.3	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.300. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk Penggunaan E-commerce sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## 2. Uji Validitas Human Capital

Tabel dibawah ini menyajikan hasil uji validitas terhadap pernyataan Human Capital.

**Tabel 5.10 Hasil Uji Validitas**

Items	Pearson Correlation	Nilai R	Hasil
1	0.691	0.3	Valid
2	0.701	0.3	Valid
3	0.609	0.3	Valid
4	0.790	0.3	Valid
5	0.777	0.3	Valid
6	0.781	0.3	Valid

7	0.769	0.3	Valid
8	0.716	0.3	Valid
9	0.718	0.3	Valid
10	0.699	0.3	Valid
11	0.828	0.3	Valid
12	0.788	0.3	Valid
13	0.758	0.3	Valid
14	0.638	0.3	Valid
15	0.684	0.3	Valid
16	0.701	0.3	Valid
17	0.756	0.3	Valid
18	0.630	0.3	Valid
19	0.602	0.3	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.300. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk Human Capital sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### 3. Uji Validitas Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi

Tabel dibawah ini menyajikan hasil uji validitas terhadap pernyataan Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi.

**Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas**

Items	Pearson Correlation	Nilai R	Hasil
1	0.870	0.3	Valid
2	0.884	0.3	Valid
3	0.847	0.3	Valid
4	0.883	0.3	Valid
5	0.842	0.3	Valid
6	0.718	0.3	Valid
7	0.683	0.3	Valid
8	0.857	0.3	Valid

9	0.702	0.3	Valid
10	0.737	0.3	Valid
11	0.844	0.3	Valid
12	0.719	0.3	Valid
13	0.659	0.3	Valid
14	0.647	0.3	Valid
15	0.785	0.3	Valid
16	0.780	0.3	Valid
17	0.745	0.3	Valid
18	0.723	0.3	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.300. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis.

#### 4. Uji Validitas Kelangsungan usaha

Tabel dibawah ini menyajikan hasil uji validitas terhadap pernyataan Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi.

**Tabel 5.12 Hasil Uji Validitas**

Items	Pearson Correlation	Nilai R	Hasil
1	0.559	0.3	Valid
2	0.412	0.3	Valid
3	0.615	0.3	Valid
4	0.768	0.3	Valid
5	0.801	0.3	Valid
6	0.590	0.3	Valid
7	0.796	0.3	Valid
8	0.774	0.3	Valid
9	0.734	0.3	Valid
10	0.578	0.3	Valid
11	0.815	0.3	Valid



12	0.735	0.3	Valid
13	0.827	0.3	Valid
14	0.626	0.3	Valid
15	0.439	0.3	Valid
16	0.545	0.3	Valid

Pada tabel di atas dapat dilihat nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dari setiap butir pernyataan lebih besar dari nilai kritis 0.300. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk Kelangsungan usaha sudah valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas menggunakan metode Alpha dimana kuesioner dinyatakan reliable apabila koefisiennya  $> 0.60$ . Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan metode Cronbach's Alpha diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner masing-masing variabel sebagai berikut.

**Tabel 5.13 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai R Kritis	Hasil
Penggunaan E-commerce	0.913	0.6	Reliabel
Human Capital	0.945	0.6	Reliabel
Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi	0.960	0.6	Reliabel
Kelangsungan usaha	0.914	0.6	Reliabel

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwasemua variabel memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari nilai kritis yang direkomendasikan yakni

sebesar 0.6 dan dinyatakan reliabel. Berdasarkan hasil pengujian validitas dan reliabilitas yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan sudah teruji kesahihan (validity) serta konsistensinya (reliability) untuk dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

#### 5.1.4 Analisis Dekriptif Penelitian

##### 5.1.4.1 Analisis Variabel Penggunaan E-commerce

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang terdiri dari butir pernyataan Kualitas Software. Maka total skor hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 5.14 Tabulasi Skor Jawaban Responden**

NO ITEMS	FREKUENSI					SKOR
	SS	S	KS	TS	STS	
1	23	25	32	13	22	359
2	30	25	35	5	20	385
3	33	26	26	12	18	389
4	40	32	30	10	3	441
5	29	35	36	13	2	421
6	38	32	27	11	7	428
7	22	35	40	14	4	402
8	21	31	36	19	8	363
9	38	35	24	10	8	430
10	52	16	26	10	11	433
11	18	25	42	15	15	361
12	14	16	35	32	18	321
13	17	28	38	14	18	357
Jumlah						5090
Rata-rata						44.26

Untuk memberikan penilaian yang diukur dengan pernyataan, penulis melakukan kategorisasi berdasarkan skor tertinggi dan skor terendah. Atas dasar hal tersebut maka dibentuk pedoman kategorisasi sebagai berikut.

**Tabel 5.15 Pedoman Kategorisasi**

<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kategori</b>
13 – 23,4	<b>Tidak Pernah</b>
23,4 – 33,8	<b>Kurang Sering</b>
33,8 – 44,2	<b>Cukup Sering</b>
44,2 – 54,6	<b>Sering</b>
54,6 – 65	<b>Selalu</b>

Dari hasil skor perhitungan dan penilaian kuesioner diperoleh jumlah sebesar 44.26 apabila nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria penulis tentukan nilai tersebut masuk dalam kriteria Sering. Akan tetapi meskipun, penggunaan e-commerce telah dinilai Sering, penulis menemukan adanya kelemahan dari jawaban responden pada dimensi pemasaran, hal tersebut ditunjukkan dengan masih banyak para pelaku usaha belum melakukan atau memaksimalkan pemasaran secara online, sehingga menyebabkan penjualan di pelaku usaha itu pun sedikit terhambat.

Dilihat dari Tabulasi Skor Jawaban responden, skor terendah ada pada item pernyataan no 12 dan Frekuensi STS terbanyak ada pada item pernyataan no 1. Yang dimana dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut tidak terlalu fokus pada penjualan online sehingga mereka jarang sekali atau hampir tidak pernah untuk memantau status pengiriman produknya kepada konsumen, dan juga para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut sampai saat ini masih banyak mengandalkan melakukan pembelian barang dagangannya atau bahan baku secara offline.

### 5.1.4.2 Analisis Variabel Human Capital

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang terdiri dari butir pernyataan *Human Capital*. Maka total skor hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 5.16 Tabulasi Skor Jawaban Responden**

NO ITEMS	FREKUENSI					SKOR
	SS	S	KS	TS	STS	
1	17	42	36	11	9	392
2	17	41	36	13	8	391
3	16	32	41	18	8	375
4	18	34	47	8	8	391
5	23	40	46	6	0	425
6	19	37	53	6	0	426
7	24	41	47	3	0	431
8	22	43	41	4	5	418
9	49	43	20	1	2	483
10	49	44	20	2	0	485
11	39	43	29	1	3	459
12	37	40	33	3	2	452
13	47	41	23	4	0	476
14	37	42	35	1	0	460
15	35	48	28	2	2	457
16	34	41	37	3	0	451
17	33	50	28	2	2	455
18	61	25	17	7	5	475
19	44	45	22	0	4	470
<b>Jumlah</b>						8372
<b>Rata-rata</b>						72,8

Untuk memberikan penilaian yang diukur dengan pernyataan, penulis melakukan kategorisasi berdasarkan skor tertinggi dan skor terendah. Atas dasar hal tersebut maka dibentuk pedoman kategorisasi sebagai berikut.

**Tabel 5.17 Pedoman Kategorisasi**

<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kategori</b>
19 – 34,2	<b>Sangat Rendah</b>
34,2 – 49,4	<b>Rendah</b>
49,4 – 64,6	<b>Cukup Tinggi</b>
<b>64,6 – 79,8</b>	<b>Tinggi</b>
79,8 – 95	<b>Sangat Tinggi</b>

Dari hasil skor perhitungan dan penilaian kuesioner diperoleh jumlah sebesar 72.8 apabila nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria penulis tentukan nilai tersebut masuk dalam kriteria Tinggi. Meskipun Penerapan Human Capital dinilai sudah Rendah, akan tetapi peneliti masih menemukan kelemahan dari Penerapan Human Capital yaitu terletak pada Dimensi Pengalaman. Hal tersebut dikarenakan masih adanya sumber daya manusia yang melakukan usahanya tanpa memiliki pengalaman pekerjaan yang sejenis.

Dilihat dari Tabulasi Skor Jawaban responden, skor terendah ada pada item pernyataan no 3 dan Frekuensi STS terbanyak ada pada item pernyataan no 1. Yang dimana dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut masih belum memiliki pengalaman untuk mengelola karyawan dalam usahanya untuk mendekatkan diri secara kooperatif kepada para karyawannya, dan juga para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut belum secara maksimal memiliki pengalaman tentang bisnis sebelum menjadi pembisnis seperti yang dijalankan sekarang.

### 5.1.4.3 Analisis Variabel Penerapan SIA

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang terdiri dari butir pernyataan Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi. Maka total skor hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 5.18 Tabulasi Skor Jawaban Responden**

NO ITEMS	FREKUENSI					SKOR
	SS	S	KS	TS	STS	
1	64	31	13	2	5	492
2	61	32	15	3	4	488
3	59	32	18	3	3	486
4	59	35	15	3	3	489
5	58	33	19	2	3	486
6	56	33	14	1	11	467
7	50	36	13	3	13	452
8	53	34	19	4	5	471
9	57	29	16	4	9	466
10	41	55	12	7	0	475
11	18	21	24	28	24	326
12	34	42	31	6	2	445
13	37	54	21	1	2	468
14	53	42	19	1	0	492
15	48	44	19	2	2	479
16	42	32	28	10	3	445
17	42	37	24	8	4	450
18	39	36	35	2	3	451
<b>Jumlah</b>						8328
<b>Rata-rata</b>						72.41

Untuk memberikan penilaian yang diukur dengan pernyataan, penulis melakukan kategorisasi berdasarkan skor tertinggi dan skor terendah. Atas dasar hal tersebut maka dibentuk pedoman kategorisasi sebagai berikut.

**Tabel 5.19 Pedoman Kategorisasi**

<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kategori</b>
18 – 32,4	<b>Sangat Tidak Menerapkan</b>
32,4 – 46,8	<b>Kurang Menerapkan</b>
46,8 – 61,2	<b>Cukup Menerapkan</b>
61,2 – 75,6	<b>Menerapkan</b>
75,6 – 90	<b>Sangat Menerapkan</b>

Dari hasil skor perhitungan dan penilaian kuesioner diperoleh jumlah sebesar 72.41 apabila nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria penulis tentukan nilai tersebut masuk dalam kriteria Menerapkan. Akan tetapi, meskipun Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi dinilai sudah Menerapkan, Penulis menemukan kelemahan dalam jawaban responden pada dimensi Penggunaan Pelaporan Keuangan di indikator Pencatatan Aktivitas Penjualan yang dimana masih ada para pelaku usaha yang tidak mencatat aktivitas penjualan didalam usahanya sehingga sangat rentan sekali munculnya kecurangan dalam usaha tersebut.

Dilihat dari Tabulasi Skor Jawaban responden, skor terendah dan Frekuensi STS terbanyak ada pada item pernyataan no 7 dan Frekuensi STS terbanyak ada pada item pernyataan no 7. Yang dimana dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut melakukan penerapan penerapan sistem informasi akuntansi dengan kurang baik di buktikan dengan

sangat jarang sekali para pelaku usaha UMKM yang mencatat piutang dalam usahanya, yang hal tersebut membuat sangat rentan usahanya mengalami kerugian.

#### 5.1.4.4 Analisis Variabel Kelangsungan Usaha

Berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner yang terdiri dari butir pernyataan Kelangsungan usaha. Maka total skor hasil tabulasi jawaban responden adalah sebagai berikut.

**Tabel 5.20 Tabulasi Skor Jawaban Responden**

NO ITEMS	FREKUENSI					SKOR
	SS	S	KS	TS	STS	
1	35	38	33	9	0	444
2	48	37	21	9	0	469
3	41	40	28	5	1	460
4	46	43	21	3	2	473
5	70	29	9	5	2	505
6	72	31	5	3	4	509
7	67	31	10	5	2	501
8	70	25	10	8	2	498
9	67	32	10	3	3	502
10	56	35	15	5	4	452
11	71	26	13	3	2	506
12	52	37	19	4	3	476
13	73	24	13	3	2	508
14	75	25	10	2	3	512
15	41	35	28	9	2	449
16	35	42	31	7	0	450
<b>Jumlah</b>						7714
<b>Rata-rata</b>						67.07



Untuk memberikan penilaian yang diukur dengan pernyataan, penulis melakukan kategorisasi berdasarkan skor tertinggi dan skor terendah. Atas dasar hal tersebut maka dibentuk pedoman kategorisasi sebagai berikut.

**Tabel 5.21 Pedoman Kategorisasi**

<b>Rentang Nilai</b>	<b>Kategori</b>
16 – 28,8	<b>Sangat Rendah</b>
28,8 – 41,6	<b>Rendah</b>
41,6 – 54,4	<b>Cukup Tinggi</b>
54,4 – 67,2	<b>Tinggi</b>
67,2 – 80	<b>Sangat Tinggi</b>

Dari hasil skor perhitungan dan penilaian kuesioner diperoleh jumlah sebesar 67.07 apabila nilai tersebut dibandingkan dengan kriteria penulis tentukan nilai tersebut masuk dalam kriteria Tinggi. Akan tetapi, meskipun Kelangsungan usaha dinilai sudah Tinggi, Penulis menemukan kelemahan dalam jawaban responden pada dimensi Trend Negatif yang dimana para pelaku usaha pada saat ini masih ada yang sering kali mengalami kerugian operasional yang dimana jika itu sering terjadi akan mengancam keadaan usahanya mengalami kebangkrutan.

Dilihat dari Tabulasi Skor Jawaban responden, skor terendah ada pada item pernyataan no 1 dan Frekuensi STS terbanyak ada pada item pernyataan no 6 dan 10. Yang dimana dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut masih sering mengalami kerugian operasional bisnis secara berulang kali, dan juga dibuktikan dengan skor frekuensi STS terbanyak

pada item no 6 dan 10, para pelaku usaha UMKM di Kabupaten Garut selain masih sering mengalami kerugian para pelaku usaha UMKM pun sering juga mengalami pengajuan pembelian kredit dari pemasok ditolak dan kekurangan pasokan barang atau bahan baku dalam usahanya.

#### **5.1.5 Analisis Data Penelitian**

Ada dua jenis data yang dapat diperoleh untuk melakukan penelitian, yaitu data berupa kuisisioner dan rasio keuangan. Hasil kuisisioner merupakan data berbentuk ordinal, sedangkan untuk melakukan proses selanjutnya dibutuhkan berupa data interval. Oleh karena itu, data yang didapat dari hasil kuisisioner perlu dilakukan perubahan menjadi data interval dengan menaikkan skalanya menjadi interval dengan menggunakan metode interval berurutan (Method of Successive Interval / MSI).

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah data yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan analisis Kolmogorov-Smirnov dan analisis grafik Normal Probability Plot. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat nilai Asymp Sig pada uji Kolmogorov- Smirnov jika lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan normal.

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Tabel 5.22 Uji Asumsi Klasik Normalitas

		Unstandardized Residual	
N		115	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	8193.22670361	
Most Extreme Differences	Absolute	.077	
	Positive	.057	
	Negative	-.077	
Test Statistic		.077	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.094	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.093	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.085
		Upper Bound	.100

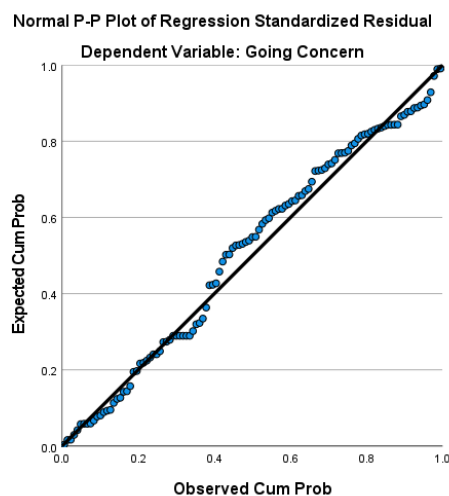
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi (*Asymp. Sig. ( 2-tailed)*) dari uji *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.100 artinya lebih besar dari 0.05. Karena nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 5.1 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

Gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik yang menggambarkan data penelitian yang akan digunakan bisa dikatakan tersebar di sekeliling garis diagonal dan tidak terpencar jauh dari garis diagonal. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang akan di regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau dikatakan bahwa normalitas data bisa dipenuhi.

### Uji Autokolerasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

**Tabel 5.23 Uji Asumsi Klasik Autokolerasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,487 <sup>a</sup>	,238	,217	8,928	1,096

a. Predictors: (Constant), Penerapan sistem informasi akuntansi, Penggunaan E-commerce, Human Capital

b. Dependent Variable: Kelangsungan usaha

Berdasarkan hasil di atas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1.096 dengan jumlah pengamatan sebanyak 115 responden. Karena nilai Durbin-Watson berada diantara -2 s/d 2 (Menurut Singgih Santoso dalam Buku Metodologi Penelitian) maka tidak terdapat gejala autokolerasi pada model regresi.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah keadaan yang dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinieritas, yaitu dengan melihat angka VIF (Variance Inflation Factor) holerarus kurang dari

10 dan angka tolerance lebih dari 0.1 Berikut ini hasil pengujian asumsi multikolinieritas.

**Tabel 5.24 Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	30862.459	4178.726		7.386	.000		
	Penggunaan E-Commerce	.005	.117	.005	.044	.965	.597	1.674
	Human Capital	.113	.100	.153	1.125	.263	.377	2.653
	Penerapan SIA	.262	.091	.354	2.862	.005	.454	2.202

a. Dependent Variable: Kelangsungan usaha Pada UMKM

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai Tolerance untuk seluruh variabel bebas  $>0,1$  dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) seluruh variabel bebas  $< 10$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data tersebut.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan ialah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

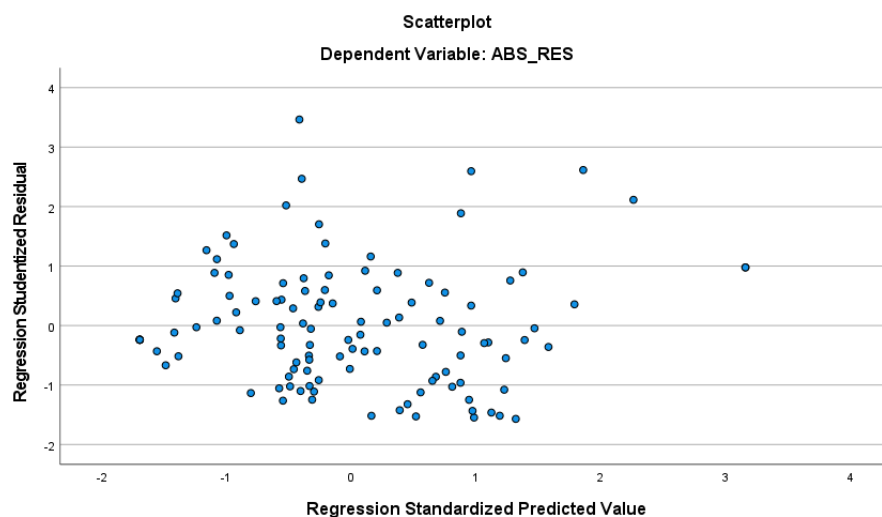
Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi

heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini dilampirkan grafik Scatterplot untuk menganalisis apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, adapun alat pengujian yang digunakan oleh penulis adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SESID).



**Gambar 5.2 Grafik Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**

Dari grafik di atas Scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar merata baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## 5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

### 5.2.1 Analisis Pengaruh Penggunaan E-commerce terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM

#### Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 5.25 Analisis Kolerasi Parsial  
Correlations**

		Kelangsungan usaha	Penggunaan E-Commerce
Kelangsungan usaha	Pearson Correlation	1	.285**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	115	115
Penggunaan E-Commerce	Pearson Correlation	.285**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	115	115

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel output di atas terlihat bahwa nilai koeffisien korelasi yang diperoleh sebesar 0.285 nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel dengan variabel terikat adalah searah dimana semakin baik Penggunaan e-commerce akan diikuti semakin meningkatnya Kelangsungan usaha.

**Tabel 5.26 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah

0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2019:184

Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan masuk ke dalam tingkat hubungan yang Rendah.

### Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (Uji t) untuk mengetahui secara parsial apakah memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya.

**Tabel 5.27 Uji T**

Hipotesis	$t_{hitung}$	Sig	$t_{tabel}$	$\alpha$	Keputusan	Keterangan
Ho : $\beta_1 = 0$	0.005	0.965	1.981	2,5%	Ho diterima	Tidak Signifikan

Ho = 0 : Penggunaan E-commerce Tidak Memiliki Pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

H $\alpha$   $\neq$  0 : Penggunaan E-commerce Memiliki Pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ): 0.025 (2,5%)

Kriteria:

1. Tolak HO jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tolak HO jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$
2. Terima HO jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau HO jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Berdasarkan data tersebut, variabel Penggunaan E-commerce memiliki nilai uji  $t_{hitung}$  sebesar 0,005 dan  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,981 maka dapat disimpulkan bahwa 0,005 lebih kecil dari 1,981 atau  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  . Selain itu, tingkat signifikan 0,965 lebih besar 0,025 yang berarti bahwa secara parsial



Penggunaan E-commerce tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut, artinya  $H_0$  diterima, X1 tidak berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nanda Tiandra, Ddenny Hambali, Nurasia, Nadhira Rosalina, 2019) yang menyatakan Penggunaan E-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Sumbawa. Pernyataan serupa diungkapkan oleh (Indra Sukma Subagio, Esti Saraswati, 2020) yang menyatakan E-commerce tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM di Purbalingga.



**Gambar 5.3 Penolakan dan Penerimaan  $H_0$**

$t$  hitung = 0,005

$t$  hitung = 0,005

$t$  tabel = 1,981

### Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 5.28 Koefisien Determinasi Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Standardized Coefficients Beta	Correlation S Zero-order	Presentase (%)
1 (Constant)			
Penggunaan E-Commerce	.005	.285	0,1%

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan tabel di atas untuk mengetahui besaran kontribusi pengaruh secara parsial maka digunakan rumus BETA x ZERO-ORDER dengan perhitungan sebagai berikut:

#### **Koefisien Detereminasi Parsial Penggunaan E-commerce**

$$0,005 \times 0,285 \times 100 = 0,1\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi penggunaan e-commerce terhadap keberlangsungan usaha sebesar 0,1%.

### **5.2.2 Analisis Pengaruh Human Capital terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM**

#### **Analisis Korelasi Parsial**

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 5.29 Analisis Korelasi Parsial**

		<b>Correlations</b>	
		Kelangsungan usaha	Human Capital
Kelangsungan usaha	Pearson Correlation	1	.415**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	115	115
Human Capital	Pearson Correlation	.415**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	115	115

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel output di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0.415 nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel dengan variabel terikat adalah searah dimana semakin baik *Human Capital* akan diikuti semakin meningkatnya Kelangsungan usaha.

**Tabel 5.30 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

**Sumber: Sugiyono, 2019:184**

Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan masuk ke dalam tingkat hubungan yang Sedang.

### **Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)**

Pengujian hipotesis parsial (Uji t) untuk mengetahui secara parsial apakah memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya.

**Tabel 5.31 Uji T**

Hipotesis	$t_{hitung}$	Sig	$t_{tabel}$	$\alpha$	Keputusan	Keterangan
$H_0 : \beta_1 = 0$	1.125	0.263	1.981	2,5%	$H_0$ diterima	Tidak Signifikan

$H_0 = 0$  : Penggunaan *Human Capital* Tidak Memiliki Pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

$H_a \neq 0$  : Penggunaan *Human Capital* Memiliki Pengaruh secara signifikan

terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

*Taraf signifikasi* ( $\alpha$ ): 0.025 (2,5%)

Kriteria:

1. Tolak  $H_0$  jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau tolak  $H_0$  jika  $-t$  hitung  $>$   $-t$  tabel
2. Terima  $H_0$  jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau  $H_0$  jika  $-t$  hitung  $<$   $-t$  tabel

Berdasarkan data tersebut, variabel Human Capital memiliki nilai uji *thitung* sebesar 1,125 dan *ttabel* yaitu sebesar 1,981 maka dapat disimpulkan bahwa 1,125 lebih kecil dari 1,981 atau *thitung* lebih kecil dari *ttabel* . Selain itu, tingkat signifikan 0,263 lebih besar 0,025 yang berarti bahwa secara parsial Human Capital tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut, artinya  $H_{02}$  diterima,  $X_2$  tidak berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Any Urwatul Wusko, Eko Agus Alfianto, 2022) yang menyatakan Human Capital tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM. Pernyataan serupa diungkapkan oleh (Minarti, 2022) yang menyatakan Human Capital tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.



**Gambar 5.4 Penolakan dan Penerimaan  $H_0$**

$t$  hitung = 1,125

$t$  hitung = 1,125

$t$  tabel = 1,981

### **Analisis Koefisien Determinasi Parsial**

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 5.32 Koefisien Determinasi Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Standardized Coefficients Beta	Correlation S Zero-order	Presentase (%)
1 (Constant)			
<i>Human Capital</i>	.153	.415	6,3%

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan tabel di atas untuk mengetahui besaran kontribusi pengaruh secara parsial maka digunakan rumus BETA x ZERO-ORDER dengan perhitungan sebagai berikut:

#### **Koefisien Detereminasi Parsial Penggunaan E-commerce**

$$0,153 \times 0,415 \times 100 = 6,3\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi *Human Capital* terhadap keberlangsungan usaha sebesar 6,3%.

### **5.2.3 Analisis Pengaruh Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM**

#### **Analisis Korelasi Parsial**

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 5.33 Analisis Korelasi Parsial**

		Kelangsungan usaha	Penerapan SIA
Kelangsungan usaha	Pearson Correlation	1	.468**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	115	115

Penerapan SIA	Pearson Correlation	.468**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	115	115

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada tabel output di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0.468 nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel dengan variabel terikat adalah searah dimana semakin baik Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi akan diikuti semakin meningkatnya Kelangsungan usaha.

**Tabel 5.34 Interpretasi Koefisien Korelasi Parsial**

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

**Sumber: Sugiyono, 2019:184**

Berdasarkan tabel interpretasi koefisien korelasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan masuk ke dalam tingkat hubungan yang Sedang.

#### **Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)**

Pengujian hipotesis parsial (Uji t) untuk mengetahui secara parsial apakah memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya.

**Tabel 5.35 Uji T**

Hipotesis	$t_{hitung}$	Sig	$t_{tabel}$	$\alpha$	Keputusan	Keterangan
$H_0 : \beta_1 = 0$	2.862	0.005	1.981	2,5%	Ho ditolak	Signifikan

$H_0 = 0$  : Penggunaan Penerapan SIA Tidak Memiliki Pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

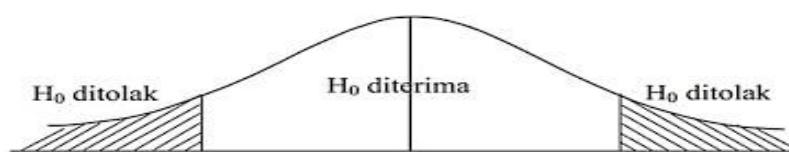
$H_a \neq 0$  : Penggunaan Penerapan SIA Memiliki Pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ): 0.025 (2,5%)

Kriteria:

1. Tolak  $H_0$  jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau tolak  $H_0$  jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$
2. Terima  $H_0$  jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $H_0$  jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Berdasarkan data tersebut, variabel Penerapan SIA memiliki nilai uji  $t_{hitung}$  sebesar 2,862 dan  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,981 maka dapat disimpulkan bahwa 2,862 lebih besar dari 1,981 atau  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Selain itu, tingkat signifikan 0,005 lebih kecil 0,025 yang berarti bahwa secara parsial Penerapan SIA berpengaruh positif atau signifikan terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut, artinya  $H_0$  ditolak, X3 berpengaruh positif terhadap keberlangsungan usaha pada UMKM di Kabupaten Garut. Hal tersebut sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Novia Amanda dan Siti Hamidah Rustiana, 2019) yang menyatakan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh signifikan terhadap Kinerja UMKM.

**Gambar 5.5 Penolakan dan Penerimaan  $H_0$** 

$t_{tabel} = 1,981$

$t_{tabel} = 1,981$

$t_{hitung} = 2,862$

### Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 5.36 Koefisien Determinasi Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		
	Standardized Coefficients Beta	Correlation S Zero-order	Presentase (%)
1 (Constant)			
Penerapan SIA	.354	.468	16,6%

a. Dependent Variable: Keberlangsungan Usaha

Berdasarkan tabel di atas untuk mengetahui besaran kontribusi pengaruh secara parsial maka digunakan rumus BETA x ZERO-ORDER dengan perhitungan sebagai berikut:

#### Koefisien Detereminasi Parsial Penggunaan E-commerce

$$0,354 \times 0,468 \times 100 = 16,6\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi penerapan sistem informasi akuntansi terhadap keberlangsungan usaha sebesar 16,6%.

### 5.2.4 Analisis Pengaruh Penggunaan E-commerce, Human Capital dan Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM



### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan variabel terikat ketika variabel bebas dinaikan atau diturunkan.

**Tabel 5.37 Analisis Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	30862.459	4178.726		7.386	.000
Penggunaan E-Commerce	.005	.117	.005	.044	.965
Human Capital	.113	.100	.153	1.125	.263
Penerapan SIA	.262	.091	.354	2.862	.005

a. Dependent Variable: Kelangsungan usaha (Y)

Berdasarkan tabel 4.40 diatas, maka dapat dibentuk suatu persamaan antara penggunaan e-commerce, human capital, dan penerapan penerapan sistem informasi akuntansi terhadap kelangsungan usaha pada UMKM sebagai berikut:

$$Y = 30862.459 + X1 0,005 + X2 0,113 + X3 0,262 + e$$

Keterangan:

Y = Kelangsungan usaha pada UMKM

X1 = Penggunaan E-commerce

X2 = Human Capital

X3 = Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi

Dari persamaan regresi linear berganda diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 30862.459, ini menunjukkan bahwa jika penggunaan e-commerce, human capital dan penerapan penerapan sistem informasi

akuntansi dianggap konstan atau sama dengan 0 (nol), maka besarnya kelangsungan usaha adalah 30.862,459%

2. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien penggunaan e-commerce sebesar 0,005, artinya jika penggunaan e-commerce mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan kelangsungan usaha sebesar 0,5%. Koefisien bernilai positif ini berarti terjadi hubungan yang searah antara penggunaan e-commerce dan kelangsungan usaha. Apabila nilai penggunaan e-commerce meningkat maka nilai penyerapan kelangsungan usaha juga meningkat.
3. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien *human capital* sebesar 0,113, artinya artinya jika *human capital* mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan kelangsungan usaha sebesar 0,113%. Koefisien bernilai positif ini berarti terjadi hubungan yang searah antara *human capital* dan kelangsungan usaha. Apabila nilai *human capital* meningkat maka nilai penyerapan kelangsungan usaha juga meningkat.
4. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien penerapan sistem informasi akuntansi sebesar 0,262, artinya artinya jika penerapan sistem informasi akuntansi mengalami kenaikan 1% maka akan meningkatkan kelangsungan usaha sebesar 0,262%. Koefisien bernilai positif ini berarti terjadi hubungan yang searah antara penerapan sistem informasi akuntansi dan kelangsungan usaha. Apabila nilai penerapan sistem informasi akuntansi meningkat maka nilai penyerapan kelangsungan usaha juga meningkat.

### **Analisis Korelasi Simultan**

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur seberapa kuat hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 5.38 Analisis Korelasi Simultan**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 <sup>a</sup>	.230	.210	8303.208

a. Predictors: (Constant), Penerapan SIA, Penggunaan E-Commerce, Human Capital

b. Dependent Variable: Going Concern

Berdasarkan tabel output di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi yang diperoleh sebesar 0.480 masuk ke dalam tingkat hubungan Sedang. Nilai korelasi bertanda positif yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah searah. Dimana semakin baik Penggunaan *E-commerce*, *Human Capital*, dan Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi maka akan diikuti semakin meningkatnya Kelangsungan usaha Pada UMKM.

**Tabel 5.39 Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Korelasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

**Sumber: Sugiyono, 2019:184**

### Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menyatakan besar pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pada permasalahan yang sedang diteliti yaitu pengaruh secara simultan.

**Tabel 5.40 Koefisien Determinasi Simultan**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.480 <sup>a</sup>	.230	.210	8303.208

a. Predictors: (Constant), Penerapan SIA, Penggunaan E-Commerce, Human Capital

b. Dependent Variable: Going Concern

Berdasarkan tabel di atas diperoleh informasi bahwa R Square sebesar 0.480 nilai tersebut menunjukkan secara parsial dalam memberikan kontribusi atau pengaruh yang dikenal dengan istilah Koefisien Determinasi (KD) dihitung dari mengkuadratkan koefisien korelasi:

$$\text{Koefisien Determinasi} = (0,480)^2 \times 100\% = 23.04\%$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh Penggunaan E-commerce, Human Capital, dan Penerapan sistem informasi akuntansi terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM sebesar 23.04%. Sedangkan sisanya sebesar  $100\% - 23.04\% = 76.96\%$  merupakan pengaruh dari variabel lain diluar dari Penggunaan E-commerce, Human Capital, dan Penerapan sistem informasi akuntansi.

### Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis parsial (Uji F) untuk mengetahui apakah secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan atau sebaliknya terhadap Kelangsungan usaha.

**Tabel 5.41 Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2290074726.58	3	763358242.195	11.072	.000 <sup>b</sup>
		5				
	Residual	7652701875.10	111	68943260.136		
		2				
	Total	9942776601.68	114			
		7				

a. Dependent Variable: Kelangsungan usaha

b. Predictors: (Constant), Penerapan SIA, Penggunaan E-Commerce, Human Capital

$H_0 = 0$  : Penggunaan E-commerce, Human Capital, dan Sistem Informasi Akuntansi Tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM.

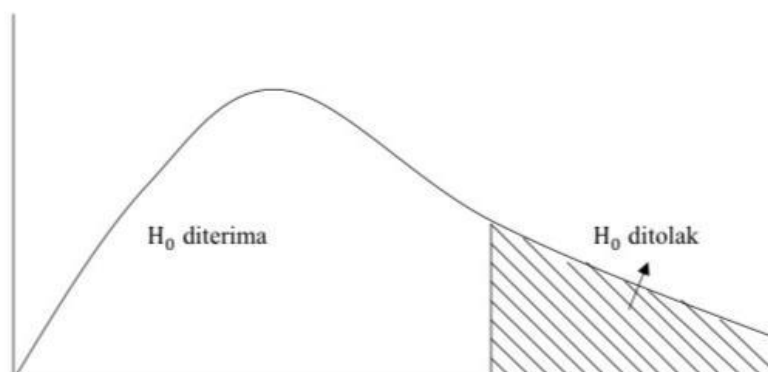
$H_a \neq 0$  : Penggunaan E-commerce, Human Capital, dan Sistem Informasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Keberlangsungan Usaha Pada UMKM.

Taraf signifikansi ( $\alpha$ ): 0.025% (2,5%)

Kriteria :

1. Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau Tolak  $H_0$  jika  $-F_{hitung} > -F_{tabel}$
2. Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $H_0$  jika  $-T_{hitung} < -F_{tabel}$

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji  $F_{hitung}$  sebesar 11,072 dan  $F_{tabel}$  pada ( $df=115-3=112$ ) variabel yaitu sebesar 3,23. Maka berdasarkan kriteria pengujian dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yang berarti bahwa seluruh variabel independen (penggunaan e-commerce, human capital dan penerapan sistem informasi akuntansi) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kelangsungan usaha pada UMKM).



**Gambar 5.6**  
**Penolakan dan Penerimaan  $H_0$**

3,23

11,072

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce, human capital dan penerapan sistem informasi akuntansi terbukti dapat meningkatkan kelangsungan usaha pada UMKM yang akan membantu meningkatkan kelangsungan usahanya. Penggunaan e-commerce dijadikan suatu upaya bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan dalam kelangsungan usaha, dari hasil penelitian dengan adanya e-commerce bisa menjangkau lebih luas konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan dalam kelangsungan usaha. *Human capital* menjadi salah satu yang utama dalam kelangsungan usaha yang dimana *human capital* sangat membantu meningkatkan kelangsungan usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa *human capital* dapat meningkatkan kelangsungan usaha dengan pengalaman dan pengetahuan yang sumber daya manusia miliki. Sistem informasi akuntansi tentu akan meningkatkan kelangsungan usaha, hasil penelitian membuktikan bahwa penerapan sistem informasi akuntansi sebagai penentu keputusan yang akan diambil dalam kelangsungan usaha dilihat dari catatan keuangan yang para pelaku usaha miliki. Hal ini sesuai dengan *resource-based view theory* yang menyatakan

bahwa pelaku usaha yang mampu memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya akan memiliki peluang untuk semakin meningkatkan kelangsungan usahanya (Wernerfelt, 1984).

## 6 KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *E-commerce* pada pelaku UMKM di Kabupaten Garut berada dalam kategori menggunakan. Akan tetapi meskipun, penggunaan *e-commerce* telah dikategori menggunakan, penulis menemukan adanya kelemahan dari jawaban responden pada dimensi pemasaran, hal tersebut ditunjukkan dengan masih banyak para pelaku usaha belum melakukan atau memaksimalkan pemasaran secara online, sehingga menyebabkan penjualan di pelaku usaha itu pun sedikit terhambat. Dan penulis juga menemukan penggunaan *e-commerce* di Kabupaten Garut hanya sebagai pelengkap kelangsungan usaha dan menjadi salah satu usaha untuk meningkatkan penjualan, banyak pelaku UMKM yang masih terfokus terhadap penjualan offline
2. *Human Capital* masuk dalam kategori tinggi. Meskipun Penerapan *Human Capital* sudah dalam kategori tinggi, akan tetapi peneliti masih menemukan kelemahan dari Penerapan *Human Capital* yaitu terletak pada Dimensi Pengalaman. Hal tersebut dikarenakan masih adanya sumber daya manusia yang melakukan usahanya tanpa memiliki pengalaman pekerjaan yang sejenis sehingga bisa menghambat jalannya suatu usaha dan juga masih banyaknya pelaku usaha yang memiliki pendidikan yang rendah tetapi tidak menghambat terhadap kelangsungan usahanya, rata-rata pelaku UMKM di



Kabupaten Garut masih tidak memperdulikan bagaimana latar belakang pendidikan dan pengalaman sehingga *human capital* masih belum berpengaruh secara signifikan di Kabupaten Garut.

3. Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi masuk dalam kategori menerapkan. Akan tetapi, meskipun Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi dinilai sudah menerapkan, Penulis menemukan kelemahan dalam jawaban responden pada dimensi Penggunaan Pelaporan Keuangan di indikator Pencatatan Aktivitas Penjualan yang dimana masih ada para pelaku usaha yang tidak mencatat aktivitas penjualan didalam usahanya sehingga sangat rentan sekali munculnya kecurangan dalam usaha tersebut.
4. Kelangsungan usaha Pada UMKM masuk dalam kategori tinggi. Akan tetapi, meskipun Kelangsungan usaha dinilai sudah tinggi, Penulis menemukan kelemahan dalam jawaban responden pada dimensi Trend Negatif yang dimana para pelaku usaha pada saat ini masih ada yang sering kali mengalami kerugian operasional yang dimana jika itu sering terjadi akan mengancam keadaan usahanya mengalami kebangkrutan.
5. Pengaruh Penggunaan E-commerce, Human Capital dan Penerapan sistem informasi akuntansi secara parsial terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM adalah sebagai berikut.
  - a. Penggunaan *E-commerce* secara parsial tidak berpengaruh secara positif terhadap Kelangsungan usaha Pada Umkm dengan kontribusi pengaruh sebesar 0,1%.

- b. *Human Capital* secara parsial tidak berpengaruh secara positif terhadap Kelangsungan usaha Pada Umkm dengan kontribusi pengaruh sebesar 6,3%.
  - c. Penerapan sistem informasi akuntansi secara parsial berpengaruh secara positif terhadap Kelangsungan usaha Pada Umkm dengan kontribusi pengaruh sebesar 16,6%.
6. Penggunaan E-commerce, Human Capital, dan Penerapan sistem informasi akuntansi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kelangsungan usaha Pada UMKM dengan kontribusi sebesar 23,04%.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, maka peneliti akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Garut sebagai berikut:

1. Bagi pelaku UMKM di Kabupaten Garut, Para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan peningkatan Penggunaan E-commerce dan sesuai dengan hasil skor tabulasi analisis deskriptif skor paling rendah bernilai 321 ada pada indikator pelacakan pengiriman pesanan para pelaku usaha UMKM diharapkan harus lebih memperdulikan pesanan konsumen dengan selalu melakukan pengecekan dalam pengiriman pesanan konsumen karena dikhawatirkan ada terkendala pengiriman diperjalanan.
2. Pelaku UMKM di Kabupaten Garut, Para pelaku usaha diharapkan dapat meningkatkan peningkatan dalam usaha yang sedang dijalani skor tabulasi

analisis deskriptif skor paling rendah bernilai 375 ada pada indikator pengalaman disarankan agar benar-benar memahami dengan usaha yang mereka sedang jalankan dan dalam mengelola karyawan, jika memang tidak memiliki pengalaman serupa dengan usaha yang sedang dijalani, para pelaku usaha harus lebih banyak mempelajari usaha tersebut. Dikarenakan jika suatu usaha tidak benar-benar kita kuasai dikhawatirkan didalamnya akan terjadi kecurangan dan juga jika pelaku usaha tidak memiliki skill untuk mengelola karyawan dikhawatirkan akan terjadi pergantian karyawan secara terus menerus yang dimana jika hal tersebut terjadi membuat kelangsungan usaha jadi tidak efektif.


3. Pelaku UMKM juga disarankan untuk membuat laporan keuangan yang lengkap agar keadaan keuangan usahanya tergambar dengan jelas sehingga laporan keuangan dapat dijadikan dasar untuk memperoleh kredit yang dimana jika hal tersebut dapat dilakukan akan lebih baik untuk mengembangkan suatu usaha para pelaku usaha UMKM. Dikarenakan hasil dari skor tabulasi analisis deskriptif skor paling rendah bernilai 326 yang dimana tersebut merupakan indikator Laporan Keuangan Untuk Memperoleh Kredit.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independen seperti Teknologi Informasi ataupun variabel lainnya yang mempunyai hubungan yang lebih besar terhadap Kelangsungan usaha pada pelaku UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ausat, A. M. A., & Peirisal, T. (2021). Determinants of E-commerce Adoption on Business Performance: A Study of MSMEs in Malang City, Indonesia. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 20(2), 104–114. <https://doi.org/10.25077/josi.v20.n2.p104-114.2021>
- Baihaqi, H. (2021). Selama PPKM Darurat, Pelaku Usaha Mikro di Garut Hanya Dibantu BPUM. *Bisnis.Com* .
- CNN Indonesia. (2021). 30 Juta UMKM Bangkrut, 7 Juta Orang Kehilangan Kerja . *CNN Indonesia* .
- Effendi, A. P., & Subroto, B. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption Factors by Micro, Small, and Medium Enterprise, and Its Effect on Operating Revenue. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan* , 11(2), 250–265.
- Endiana, I. D. M., & Sudiartana, I. M. (2016). Pengaruh Pemahaman dan Penerapan Penerapan sistem informasi akuntansi Terhadap Kinerja Individu dan Kinerja UMKM Pengrajin Perak. *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)*, 6(4).
- Haryowicaksono, Bagus .(2022). Pengaruh Keterampilan Pengetahuan dan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan UMKM (Studi Pada UMKM saveyoursneakers Tahun 2021).
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2001). *Pertimbangan Auditor Atas Kemampuan Entitas Dalam Mempertahankan Kelangsungan Hidupnya : SA Seksi 341* (No. 341).
- Iswara, A. J. (2022). Kenapa Sri Lanka Bisa Krisis dan Bangkrut sampai Warga Duduki Istana Presiden? *Kompas.Com* .
- Looi, Hong Cheong. (2005). *E-Commerce Adoption in Brunei Darussalam: A Quantitative Analysis of Factors Influencing Its Adoption*.
- Malau. (2016). Analisis Penggunaan Smartphone Bisnis UMKM. *Jurnal Widya Cipta*, vol.8 (1):16-25.
- Marshall B. Romney dan Paul John Steinbart. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi: Accounting Information Systems* (Edisi 15), Prentice Hall.
- Mesra, B. (2018). Factors That Influencing Households Income And Its Contribution On Family Income In Hamparan Perak Sub-District, Deli Serdang Regency, North. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(10), 461-469.
- Primadhyta, S. (2022). Jejak Startup di Indonesia: Dari Booming Sampai Mulai “Gugur” . *CNN Indonesia* .

- Ramakrishnan, R. (2021). Leading in a VUCA World. *Ushus Journal of Business Management*, 20(1), 89–111. <https://doi.org/10.12725/ujbm.54.5>
- Siswanto, D. (2022). Angka Pengangguran Turun Pada Februari 2022, Tapi Belum Kembali ke Level Pra Covid-19. *Kontan.Co.Id*.
- Vlachvei, A., & Notta, O. (2014). Social Media adoption and managers' perceptions. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*. <https://doi.org/10.15556/IJSIM.01.02.001>
- Wijaksana, F. (2021). Jeritan Pelaku UMKM di Garut Saat Pandemi, Putar Otak Karena Produk Tak Melulu Laku. *JurnalGarut.Com*.

## LAMPIRAN



**UNIVERSITAS PASUNDAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN (TERAKREDITASI A) MANAJEMEN (TERAKREDITASI A) AKUNTANSI (TERAKREDITASI A)

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN**  
 Nomor : 0251/Unpas.FEB.D/SK/Q/VIII/2022

Tentang :

**PENELITIAN DAN PPM  
 KERJASAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DAN  
 PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

Menimbang : 1. Bahwa untuk meningkatkan kegiatan Penelitian dan PPM Bersama bagi Dosen di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas dan Program Pasca Sarjana Universitas Pasundan, perlu ditetapkan Panitia Pendamping

2. Bahwa sehubungan dengan hal tersebut, dipandang perlu ditetapkan dengan Surat Keputusan Dekan.

Menimbang : 1. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Sistem Pendidikan Nasional.

2. Peraturan Presiden no 8 tahun 2012 tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI)

3. Permendikbud Pasal 109 tahun 2013, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Jarak Jauh.

4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi.

5. Surat Keputusan Yayasan Pendidikan Tinggi Pasundan Nomor 447/YPTP/SK/A/2012 Tanggal 28 Desember 2012 tentang Statuta Universitas Pasundan.


6. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 1262/BAN-PT/Akred/S/XII/2015, No.1545/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2016 tanggal 11 agustus 2016 dan No.1145/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2015 tanggal 7 November 2015 tentang Hasil dan Peringkat Akreditasi Program Studi Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi untuk Program Sarjana di Perguruan Tinggi.

7. Surat Keputusan Rektor Unpas No: 160/Unpas.R/SK/Q/2016 tentang perubahan nomenklatur FE menjadi FEB.

8. Surat Keputusan Rektor Universitas Pasundan Nomor: 78/Unpas.R/SK/V/2022, tentang Perpanjangan Masa Jabatan para Dekan di lingkungan Universitas Pasundan.

9. Surat Keputusan Rektor Nomor: 79/Unpas.R/SK/VI/2022 tentang Penyesuaian Masa Jabatan Para Wakil Dekan di Lingkungan universitas Pasundan

10. Surat Keputusan Rektor No: 106 /Unpas.R/SK/C/VI/2022 tentang Penyesuaian Masa Jabatan Ketua dan sekretaris program studi di lingkungan Universitas Pasundan.



JL. TAMANSARI No. 8 - 8 BANDUNG 40116 TELP. 022-4233640- 4208363 FAX. 022-4208363  
 e-mail : fekon@unpas.ac.id

Memperhatikan : Hasil Keputusan Rapat Pimpinan di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas, Jum'at, 10 Juni 2022.

Memutuskan :

Menetapkan :

- Pertama : Menetapkan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk melaksanakan Penelitian dan PPM kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas dengan Program Pasca Sarjana Unpas sebagaimana terlampir
- Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan akan diubah/diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan : di Bandung  
Pada Tanggal : 1 Agustus 2022



Dr. H. Atang Hermawan, SE., MSIE., Ak  
NIPY : 151 100 58

Lampiran III :

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN**  
 Nomor : 0251/Unpas.FEB.D/SK/Q/VIII/2022

Tentang

DAFTAR DOSEN TETAP FEB UNPAS  
 YANG MELAKSANAKAN PROGRAM PENELITIAN

NIO	NIPY	N A M A	KETERANGAN
1	1510021	Dr. H. Popo Suryana SE., MSi	Manajemen
2	15110060	Dr. Atty Tri Juniari, SE., MSi	Manajemen
3	1510025	Dr. Hj. Ellen Rusliati, SE., MSIE	Manajemen
4	1510026	Dr. Hj. Mujibah A. Sufyani, SE., MM	Manajemen
5	15110798	Dr. Dewi Yuliaty Indah SE., MM	Manajemen
6	1510100	Dr. Ade Hendang Drs., MSc	Manajemen
7	1510022	Dr. Wasito SE., MSIE	Manajemen
8	15110661	Dr. Mulyaningrum SE, M.Hum	Manajemen
9	15110056	Sadikun Citra Rusmana SE., MM	Manajemen
10	15110196	H. Rohmat Sarman, SE., MSi	Manajemen
11	15110059	H. Hendra Subagja, SE., MM	Manajemen
12	15110142	Erry S.R. Pangestu, SE., MM	Manajemen
13	15110547	Bayu Indra Setia, SE., MSi	Manajemen
14	15110716	Erik Syawal Alghifari, SE., MM	Manajemen
15	15110865	Robby Rizkiani Dharmawan, SE., MM	Manajemen
16	15110856	Ratu Hedy Syahidah Budiarti S.S., MM	Manajemen
17		Muhammad Iqbal Baihaqi SE., MM	Manajemen
18		Lira Mustika sari, SE.,MSM	Manajemen
1	15110246	Dr. Ifa Ratifah, SE., M.Si. Ak	Akuntansi
2	15110112	Dr. H. Sasa S Suratman, SE., MSc., Ak., CA	Akuntansi
3	196109201987022001	Dr. Hj. Liza L. Nurwulan, SE., MS., Ak	Akuntansi
4	15110831	Dr. Haris Resmawan SE., MSi	Akuntansi
5	15110111	Taty Sariwulan, SE., M.Si., Ak.	Akuntansi
6	196104181992031001	R. Moch.Noch Drs., M.Ak., Ak.	Akuntansi
7	15110245	Justinia Castelani, SE., MSi., Ak	Akuntansi
8	15110199	Rustina Lisdia, SE., M.Si. Ak	Akuntansi
9	15110197	Isye Siti Aisyah, SE.,M.Si.,Ak.,CA	Akuntansi
10	15110841	Budi Septiawan, SE.,M.Ak.,MBA	Akuntansi
11	15110548	H.Yana Rochdiana hadiyat, S.Kom.,M.Kom	Akuntansi
12	15110579	Annisa Adha Minaryanti, SE., M.Ak., Ak	Akuntansi
13	15110667	Anne Tonthawij, SE., MM.	Akuntansi
14	15110863	Bingky Aresia Landarica, SE., M.Ak.	Akuntansi
15	15110766	Endra Herdiansyah, SE.,M.Ak.,SAS	Akuntansi
1	1510023	Hj. Lella H.Q. Irwan, SE., M.Si.	Ek.Pembangunan

Ditetapkan : di Bandung  
 Pada Tanggal : 1 Agustus 2022



Dr. H. Atang Hermawan, SE., MSIE., Ak  
 NIPY : 151 100 58





**UNIVERSITAS PASUNDAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN (TERAKREDITASI A) MANAJEMEN (TERAKREDITASI A) AKUNTANSI (TERAKREDITASI A)

**SURAT TUGAS**


Nomor : 1291 /Unpas.FEB.D/ST/VIII/2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung dengan ini memberikan tugas kepada:

KELOMPOK	MAHASISWA PENDAMPING
Kelompok 9 ( Penelitian )	1. Seli Pristin /204010115 2. Zehan Rusydah /204010222
Kelompok 3 ( Penelitian )	1.Arhes Raznan Pranandito / 204020059 2. Syafvira Ananda Wijaya / 184020190 3. Muhammad Fadjril Lubis / 204020106
Kelompok 9 (PPM)	1. Veliya Meinuri Chintya Diva /204030013 2. Rosanti /204030009 3. Dery Majid Muhadzdzib /204030019

Ditugaskan untuk melaksanakan Penelitian dan PPM di kecamatan Kadungora Kabupaten Garut.

Demikian surat tugas ini agar dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan penuh rasa tanggung jawab.

Bandung, 1 Agustus 2022  
 Dekan,  
  
 Dr. H. Atang Hermawan, SE., MSI, Ak  
 NIPY : 151 100 58

Tembusan :  
 1. Pertinggal



## KUESIONER PENELITIAN

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KELANGSUNGAN USAHA PADA UMKM

Responden yang terhormat,

Bapak dan Ibu pelaku usaha di Kabupaten Garut, dengan mengisi kuesioner ini, Bapak dan Ibu dapat menganalisis hal-hal apa saja yang mendorong usaha bapak dan ibu agar tetap maju dan berkembang. Yuk mari kita berkontribusi, isi jawaban dengan jujur dan benar ya 😊

#### I. Data Responden

Jenis Usaha (Pilih salah satu):

<input type="checkbox"/> Kuliner	<input type="checkbox"/> Pakaian	<input type="checkbox"/> Kerajinan Tangan	<input checked="" type="checkbox"/> Lainnya
----------------------------------	----------------------------------	---	---

Jenis Kelamin :

<input checked="" type="checkbox"/> Pria	<input type="checkbox"/> Wanita
--	---------------------------------

Usia Pemilik Usaha (Diisi Langsung): *30 Tahun*

Pendidikan Terakhir (Pilih salah satu):

<input type="checkbox"/> SD	<input type="checkbox"/> SMP	<input type="checkbox"/> SMA/SMK	<input checked="" type="checkbox"/> S1	<input type="checkbox"/> S2/S3
-----------------------------	------------------------------	----------------------------------	--	--------------------------------

Lama Usaha (Diisi Langsung): *4 Tahun*

Media Dalam Berjualan Online (Boleh Ceklis lebih dari satu):

<input type="checkbox"/> Facebook/IG	<input checked="" type="checkbox"/> WA	<input checked="" type="checkbox"/> Tokopedia	<input type="checkbox"/> GoFood	<input type="checkbox"/> Shoope	<input type="checkbox"/> Lainnya
--------------------------------------	--	---	---------------------------------	---------------------------------	----------------------------------

Teknologi Dalam Berjualan (Boleh Ceklis lebih dari satu):

<input checked="" type="checkbox"/> Smartphone	<input checked="" type="checkbox"/> Laptop/Komputer	<input type="checkbox"/> Tablet	<input type="checkbox"/> Lainnya
--	---	---------------------------------	----------------------------------

Silahkan bapak/ibu isi kuesioner dibawah ini sesuai yang bapak/ibu rasakan selama periode pandemi dan pasca pandemi, kurang lebih tahun 2019-2022

### Penggunaan E-Commerce

1. Saya melakukan pembelian barang dagangan atau bahan baku secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

2. Saya mengirimkan bukti bayar/transaksi pembelian kepada vendor secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

3. Saya menerima kwitansi pembelian dari vendor secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

4. Saya memasarkan produk lewat internet, media sosial atau platform online lainnya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

5. Saya menampilkan gambaran produk saya di berbagai media online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

6. Saya menjawab pertanyaan dari konsumen tentang produk yang saya jual secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

7. Konsumen memesan produk saya secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

8. Konsumen membeli dan membayar secara online/transfer

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

9. Konsumen memberikan bukti bayar atas transaksi di toko saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

10. Saya memberikan kwitansi penjualan online kepada konsumen

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

11. Saya mengirim produk saya secara online lewat jasa kurir

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

12. Saya memantau status pengiriman produk saya kepada konsumen secara online (JNE/J&T/Tiki dll)

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

13. Saya menerima dan melayani komplain dari konsumen secara online

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

### Human Capital (Modal Manusia)

1. Saya memiliki pengalaman tentang bisnis, sebelum saya menjadi pebisnis seperti sekarang

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

2. Saya memiliki pengalaman di bidang penjualan dan marketing

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

3. Saya memiliki pengalaman dalam mengelola karyawan

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

4. Saya memiliki pengalaman di bidang pengelolaan keuangan bisnis

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

5. Saya memiliki kemampuan komunikasi bisnis yang baik

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

6. Saya memiliki kemampuan untuk menyelesaikan masalah bisnis saya

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

7. Saya memiliki kemampuan untuk menciptakan suasana kondusif dalam bisnis saya

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

8. Saya mampu membuat karyawan saya nyaman bekerja untuk saya

5 (Sangat Mampu)	4 (Mampu)	3 (Cukup Mampu)	2 (Kurang Mampu)	1 (Tidak Mampu)
------------------	-----------	-----------------	------------------	-----------------

9. Saya ingin maju dan tidak cepat puas atas pencapaian bisnis saya

5 (Sangat setuju)	4 (Setuju)	3 (Cukup Setuju)	2 (Kurang Setuju)	1 (Tidak Setuju)
-------------------	------------	------------------	-------------------	------------------

10. Saya memiliki motivasi yang tinggi dalam berbisnis

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

11. Saya mampu mendekatkan diri dan kooperatif dengan mitra bisnis/vendor/supplier

5 (Sangat Mampu)	4 (Mampu)	3 (Cukup Mampu)	2 (Kurang Mampu)	1 (Tidak Mampu)
------------------	-----------	-----------------	------------------	-----------------

12. Saya mampu mendekatkan diri dan kooperatif dengan karyawan

5 (Sangat Mampu)	4 (Mampu)	3 (Cukup Mampu)	2 (Kurang Mampu)	1 (Tidak Mampu)
------------------	-----------	-----------------	------------------	-----------------

13. Saya memiliki komitmen berbisnis yang tinggi

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

14. Saya mampu berkreaitivitas dan berinovasi dalam berbisnis

5 (Sangat Mampu)	4 (Mampu)	3 (Cukup Mampu)	2 (Kurang Mampu)	1 (Tidak Mampu)
------------------	-----------	-----------------	------------------	-----------------

15. Saya mengandalkan pengetahuan yang saya miliki dalam menjalankan bisnis

5 (Sangat setuju)	4 (Setuju)	3 (Cukup Setuju)	2 (Kurang Setuju)	1 (Tidak Setuju)
-------------------	------------	------------------	-------------------	------------------

16. Saya memiliki jiwa kepemimpinan dalam berbisnis

5 (Sangat Memiliki)	4 (Memiliki)	3 (Cukup Memiliki)	2 (Kurang Memiliki)	1 (Tidak Memiliki)
---------------------	--------------	--------------------	---------------------	--------------------

17. Saya berani mengambil risiko dalam berbisnis

5 (Sangat Berani)	4 (Berani)	3 (Cukup Berani)	2 (Kurang Berani)	1 (Tidak Berani)
-------------------	------------	------------------	-------------------	------------------

18. Saya tidak punya riwayat penyakit yang serius, yang dapat menyebabkan bisnis saya berhenti

5 (Sangat setuju)	4 (Setuju)	3 (Cukup Setuju)	2 (Kurang Setuju)	1 (Tidak Setuju)
-------------------	------------	------------------	-------------------	------------------

19. Saya senantiasa hadir dan ada bagi bisnis dan karyawan saya

5 (Selalu Ada)	4 (Sering Ada)	3 (Kadang-Kadang Ada)	2 (Jarang Ada)	1 (Tidak Ada)
----------------	----------------	-----------------------	----------------	---------------

### Penerapan Sistem Informasi Akuntansi

1. Saya mencatat aktivitas penjualan

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

2. Saya mencatat aktivitas pembelian

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

3. Saya membuat catatan atas penerimaan kas

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

4. Saya membuat catatan atas pengeluaran kas

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

5. Saya mencatat semua aktivitas tentang persediaan barang dagangan saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

6. Saya mencatat transaksi utang

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

7. Saya mencatat transaksi piutang

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

8. Saya melakukan pembukuan atas aset bisnis yang saya miliki

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

9. Saya mencatat laporan penggajian karyawan saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

10. Saya memahami atas laporan keuangan yang saya buat

5 (Sangat Memahami)	4 (Memahami)	3 (Kurang Memahami)	2 (Kurang Memahami)	1 (Tidak Memahami)
---------------------	--------------	---------------------	---------------------	--------------------

11. Laporan keuangan bisnis bisa digunakan untuk meminjam uang di bank

5 (Sangat Bisa)	4 (Bisa)	3 (Cukup Bisa)	2 (Kurang Bisa)	1 (Tidak Bisa)
-----------------	----------	----------------	-----------------	----------------

12. Saya bisa mengambil keputusan bisnis dari laporan keuangan

5 (Sangat Bisa)	4 (Bisa)	3 (Cukup Bisa)	2 (Kurang Bisa)	1 (Tidak Bisa)
-----------------	----------	----------------	-----------------	----------------

13. Laporan persediaan yang saya buat bisa dijadikan dasar dalam mengambil keputusan pembelian persediaan atau bahan baku

5 (Sangat Bisa)	4 (Bisa)	3 (Cukup Bisa)	2 (Kurang Bisa)	1 (Tidak Bisa)
-----------------	----------	----------------	-----------------	----------------

14. Laporan keuangan sangat penting bagi bisnis saya

5 (Sangat Penting)	4 (Penting)	3 (Cukup Penting)	2 (Kurang Penting)	1 (Tidak Penting)
--------------------	-------------	-------------------	--------------------	-------------------

15. Laporan keuangan bisa mengevaluasi bisnis saya

5 (Sangat Bisa)	4 (Bisa)	3 (Cukup Bisa)	2 (Kurang Bisa)	1 (Tidak Bisa)
-----------------	----------	----------------	-----------------	----------------

16. Saya menggunakan komputer/aplikasi di handphone untuk mencatat transaksi bisnis saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

17. Saya menyimpan data transaksi bisnis saya di komputer dan atau handphone

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

18. Komputer dan aplikasi lainnya sangat berguna dan bermanfaat bagi pencatatan transaksi bisnis saya

5 (Sangat Berguna)	4 (Berguna)	3 (Cukup Berguna)	2 (Kurang Berguna)	1 (Tidak Berguna)
--------------------	-------------	-------------------	--------------------	-------------------

### Kelangsungan Usaha (Selama Periode 2019-2022)

1. Saya mengalami kerugian operasi bisnis secara berulang kali

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

2. Bisnis saya kekurangan modal

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

3. Bisnis saya memiliki arus kas negatif

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

4. Rasio keuangan bisnis saya buruk

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

5. Saya gagal dalam memenuhi kewajiban utang kepada mitra

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

6. Pengajuan pembelian kredit saya dari pemasok ditolak

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

7. Saya memerlukan sumber pendanaan yang baru untuk bisnis saya

5 (Sangat Memerlukan)	4 (Memerlukan)	3 (Cukup Memerlukan)	2 (Kurang Memerlukan)	1 (Tidak Memerlukan)
-----------------------	----------------	----------------------	-----------------------	----------------------

8. Saya menjual sebagian besar aset saya agar bisa bertahan

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

9. Banyak karyawan yang harus saya berhentikan kerja

5 (Sangat Banyak)	4 (Banyak)	3 (Cukup Banyak)	2 (Tidak Terlalu Banyak)	1 (Tidak Banyak)
-------------------	------------	------------------	--------------------------	------------------

10. Saya kekurangan pasokan barang atau bahan baku untuk usaha saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

11. Alur operasional bisnis saya perlu diperbaiki agar bisa bertahan

5 (Sangat setuju)	4 (Setuju)	3 (Kurang Setuju)	2 (Tidak setuju)	1 (Sangat Tidak Setuju)
-------------------	------------	-------------------	------------------	-------------------------



12. Saya kehilangan pelanggan utama saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

13. Saya kehilangan pemasok utama saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

14. Adanya gugatan pengadilan terhadap bisnis saya

5 (Selalu)	4 (Sering)	3 (Kadang-Kadang)	2 (Jarang)	1 (Tidak Pernah)
------------	------------	-------------------	------------	------------------

15. Undang-undang dan regulasi bisnis saat ini memberatkan bisnis saya

5 (Sangat setuju)	4 (Setuju)	3 (Kurang Setuju)	2 (Tidak setuju)	1 (Sangat Tidak Setuju)
-------------------	------------	-------------------	------------------	-------------------------

16. Pandemi Covid-19 sangat berdampak terhadap bisnis saya dan nyaris membangkrutkan bisnis saya

5 (Sangat Berdampak)	4 (Berdampak)	3 (Kurang Berdampak)	2 (Tidak Berdampak)	1 (Tidak Berdampak)
----------------------	---------------	----------------------	---------------------	---------------------





