

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Pada era digital, industri pembayaran terutama pembayaran non-tunai mengalami kemajuan teknologi yang signifikan. Istilah pembayaran digital menggambarkan pembayaran yang menggunakan jaringan internet dan dilakukan secara digital (Puspita, 2019). Mengembangkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis pada tahun 1989, menjelaskan bagaimana seseorang menerima dan menerapkan teknologi, terutama dalam hal penggunaan teknologi digital (Niken Widowati & Khusaini, 2022)

Dalam model *Technology Acceptance Model* (TAM) tersebut terdapat dua persepsi yaitu, persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) yang diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha yang terlalu banyak. Konsep kedua, persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) yang diartikan niat seseorang untuk menerapkan teknologi, yang dipengaruhi oleh cara seseorang melihat manfaat teknologi tersebut (Oktaviana & Pusposari, 2023)

Keterkaitan antara teori TAM dengan variabel sistem informasi akuntansi, *e-commerce* dan *digital payment* adalah variabel tersebut

menunjukkan adanya perkembangan teknologi baru dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi saat ini mempengaruhi tren penggunaan aplikasi digital dan metode pembayaran tanpa uang fisik yang dianggap lebih mudah dan praktis, sehingga penggunaannya semakin meningkat di kalangan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan penerapan teknologi informasi akuntansi, *e-commerce* serta pembayaran digital, yang ketiganya dapat digunakan dalam usaha UMKM dengan mempertimbangkan aspek kemudahan dan manfaat. Dengan demikian, ketiga metode tersebut mampu memberikan manfaat bagi pengguna dan membantu mempertahankan kelangsungan usaha.

2. Sistem Informasi Akuntansi

a. Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Karimah & Suwandi (2025), Sistem Informasi Akuntansi adalah sistem yang beroperasi melalui perangkat lunak atau komputer, yang dimanfaatkan oleh manajemen sumber daya manusia untuk mengolah data menjadi informasi yang lebih berguna bagi kebutuhan perusahaan.

Sistem informasi akuntansi adalah suatu sistem yang memiliki tanggung jawab untuk mengatur dokumen, catatan, dan laporan yang saling terhubung, sehingga mampu memberikan informasi keuangan yang diperlukan untuk pengambilan keputusan

oleh pihak manajemen dan pemimpin perusahaan, serta mempermudah dalam pengelolaan bisnis perusahaan. (Endaryati et al., 2021)

Menurut James (2004) dan Steinbart (2005) dalam buku Sistem Informasi Akuntansi oleh Endaryati et al., (2021), tujuan pengembangan sistem informasi akuntansi antara lain sebagai berikut:

- 1) Untuk membantu dan memperlancar aktivitas operasional harian, contohnya dalam menangani setiap transaksi yang terjadi agar dapat berlangsung dengan optimal dan berkualitas.
- 2) Agar dapat menyajikan informasi dan data yang tepat, relevan, serta tepat waktu yang diperlukan untuk mendukung pengambilan keputusan.
- 3) Untuk mengumpulkan informasi yang dapat dimanfaatkan dalam proses pengambilan keputusan.
- 4) Data yang dibutuhkan tidak harus berlebihan, tetapi penting untuk memastikan relevansi dan keandalan data selama proses pengumpulan.
- 5) Agar dapat meningkatkan kualitas perusahaan serta memperbaiki akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memiliki peranan krusial dalam mendukung UMKM untuk pengelolaan data keuangan

secara lebih efektif. Melalui pemanfaatan SIA yang sesuai, UMKM dapat meminimalkan kesalahan dalam pencatatan transaksi, menyusun laporan keuangan dengan lebih tepat, serta mempercepat proses pengambilan keputusan yang didasari oleh data keuangan.

Selain itu, SIA juga berperan dalam berbagai organisasi bisnis, baik yang besar maupun kecil dengan menyediakan data keuangan yang dapat dipercaya dan mudah diperiksa. Karena itu, menggunakannya secara bijak dan strategis sangat penting untuk membantu UMKM menghadapi berbagai tantangan bisnis saat ini serta mencapai kesuksesan yang lebih besar di tengah kondisi lingkungan yang semakin rumit. (Maya & Husda, 2024)

b. Indikator

Menurut penelitian Mauliansyah & Saputra (2019), indikator yang digunakan dalam sistem informasi akuntansi yaitu:

1) Pemanfaatan SIA

Menggambarkan sejauh mana UMKM menggunakan SIA untuk mendukung kegiatan usaha

2) Kualitas SIA

Kualitas diartikan sebagai cara untuk menilai sistem informasi dan seberapa mudah teknologi dalam sistem komputer tersebut digunakan

3) Keamanan SIA

Keamanan adalah cara untuk melindungi data akuntansi dari berbagai ancaman yang bisa membahayakannya

4) Sarana pendukung

Sarana pendukung diartikan adanya faktor-faktor yang mendukung dan siap digunakan untuk membantu pengguna sistem informasi akuntansi dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya

3. *E-Commerce*

a. Pengertian *E-Commerce*

Di tengah perkembangan yang cepat di masa digital, munculnya *e-commerce* menjadi unsur penting dalam membantu usaha UMKM berkembang. Saat ini, kehadiran UMKM tidak hanya terbatas di lingkungan fisik saja, tetapi juga semakin berpengaruh di dunia maya. *E-commerce* memberikan kontribusi besar dalam menyediakan data transaksi secara elektronik, sehingga memerlukan pemahaman tentang akuntansi dalam

penggunaan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja UMKM (Maya & Husda, 2024).

Shavira Putrie & Ariani (2024), menyebutkan bahwa *E-commerce* adalah proses membeli dan menjual barang atau jasa melalui website atau cara lain yang melibatkan pertukaran barang, jasa, dan informasi, termasuk internet. Pembeli dapat melakukan transaksi di berbagai kota tanpa perlu bertemu atau berbicara secara fisik. Dengan memanfaatkan internet, kedua pihak yakni pembeli dan penjual dapat memperoleh keuntungan saat menerapkan *e-commerce*.

Menurut Sadali, dalam buku *Ajar E-commerce*, secara umum *e-commerce* dapat dibagi menjadi dua kategori besar:

- 1) Transaksi antara bisnis dan konsumen (B2C)

Model ini sering digunakan dalam bisnis *e-commerce*, di mana perusahaan menjual produk atau layanan langsung kepada pelanggan. Contohnya, ketika seseorang membeli baju melalui platform seperti Tokopedia atau Shopee, itu termasuk contoh transaksi B2C. Platform *e-commerce* B2C biasanya memiliki banyak produk yang bisa dipilih dan proses belanja yang mudah diakses oleh para pelanggan

- 2) Transaksi antara bisnis dan bisnis (B2B)

Dalam bisnis *e-commerce* B2B, pembelian dan penjualan terjadi antara dua perusahaan. Contohnya, sebuah perusahaan produksi bisa menjual barangnya ke perusahaan penyalur melalui website belanja online. Pembelian B2B umumnya melibatkan jumlah barang yang banyak dan pembicaraan soal harga yang lebih rumit dibandingkan dengan pembelian B2C. (Sadali, 2025)

b. Indikator

Berdasarkan penelitian Sarastyarini & Yadnyana (2018), bahwa indikator *e-commerce* yaitu:

- 1) Penjualan
- 2) Pembelian
- 3) Pemasaran barang atau jasa
- 4) Penggunaan sistem pembayaran elektronik

4. *Digital Payment*

a. Pengertian *Digital Payment*

Faktor demografis yang mendukung proses digitalisasi juga didukung oleh prospek ekonomi yang semakin membaik. Meski menghadapi tantangan global yang semakin rumit, siklus ekonomi Indonesia diprediksi tetap berjalan dalam tren yang meningkat. Menurut proyeksi IMF, ekonomi Indonesia diprediksi tumbuh 5,1% pada tahun 2029. Hal ini sejalan dengan siklus ekonomi

secara umum, termasuk siklus bisnis yang juga diperkirakan akan mengikuti tren yang sama. Secara khusus, bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diperkirakan terus berkembang karena semakin mudahnya akses pembiayaan bagi UMKM, yang didorong oleh semakin terbukanya akses terhadap infrastruktur digital yang lebih murah dan mudah digunakan (Warjiyo & Hendarta, 2025).

Pembayaran digital adalah cara bertransaksi secara online dengan menggunakan perangkat lunak, jaringan, dan akun virtual. Uang tunai sebagai alat pembayaran mulai berganti dengan alat pembayaran non-tunai, dengan berbagai jenis media dan sistem pembayaran non-tunai yang tersedia dan bisa dipilih (Musthofa et al., 2020). Dalam penelitian Puspita (2019), pembeli dan penjual memanfaatkan cara digital untuk mentransfer dan mendapatkan uang. Setiap transaksi pembayaran secara digital dilakukan secara daring.

Peran *digital payment* sangat penting bagi UMKM di Indonesia. Metode pembayaran seperti dompet elektronik dan uang digital membantu mempermudah proses transaksi bisnis bagi para pemilik UMKM. Ada tiga cara untuk menggunakan *digital payment*, yaitu:

1) Pembayaran Satu Kali

Dalam kegiatan membeli atau berbelanja secara online, orang biasanya menggunakan metode pembayaran seperti ini. Konsumen dapat dengan mudah dan cepat membayar barang yang mereka inginkan hanya dengan *smartphone* yang mereka miliki. Ini berarti, konsumen tidak perlu pergi ke luar rumah atau menunggu di mesin ATM.

2) Sistem Transfer Berkali-kali

Selain itu, pembayaran digital bisa dilakukan berulang kali sesuai dengan kebutuhan, bukan hanya untuk membeli barang yang diinginkan saja, tetapi juga bisa digunakan untuk berbagai kegiatan lainnya.

3) Sistem Transfer Otomatis

Sistem transfer otomatis atau pengiriman otomatis biasanya tersedia di semua bank. Dengan demikian, pemilik akun dapat melakukan pembayaran digital secara otomatis sesuai dengan keinginannya.

b. Jenis-jenis *Digital Payment*

Jenis *digital payment* menurut (Ovami et al., 2024) sebagai berikut:

1) Kartu Perbankan

Kartu perbankan merupakan media pembayaran yang tidak memerlukan uang tunai dan diterbitkan oleh lembaga

keuangan. Kartu tersebut dapat dipakai untuk berbagai transaksi keuangan, termasuk mengambil uang tunai, mentransfer uang, membayar tagihan, serta melakukan pembelian barang atau layanan. Ada dua kategori utama kartu perbankan, yaitu:

a) Kartu Debit

Kartu debit adalah tipe kartu keuangan yang terhubung langsung dengan akun bank pemilik kartu.

b) Kartu Kredit

Kartu kredit adalah jenis alat pembayaran yang tidak memerlukan uang tunai, yang dikeluarkan oleh bank. Dengan kartu ini, pemilik bisa melakukan pembelian atau transaksi lainnya tanpa menghabiskan uang dari tabungannya.

2) *E-wallet* atau Dompet Digital

Dompet digital atau *e-wallet* merupakan aplikasi yang dipakai untuk segala hal yang berkaitan dengan keuangan. Aplikasi ini mempermudah pengguna untuk menyimpan uang serta melaksanakan berbagai transaksi dengan cepat dan tanpa kesulitan menggunakan dana yang tersimpan di dalamnya. *E-wallet* dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan seperti membayar tagihan, membeli pulsa, dan paket data, bertransaksi *online*, membayar TV, berinvestasi, mentransfer uang ke bank

yang menerima saldo. *E-wallet* juga bisa digunakan untuk bertansaksi secara *online*, serta bisa dipakai dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Beberapa contoh *e-wallet* atau dompet digital yang populer di Indonesia meliputi:

a) GoPay

Dompet digital yang ditawarkan oleh Gojek memungkinkan para pengguna untuk melakukan pembayaran pada berbagai layanan Gojek seperti GoRide, GoFood, dan GoSend. Dompet digital ini juga dapat dipakai untuk berbagai jenis transaksi di internet.. GoPay aktif dalam berbagai program yang bertujuan memudahkan akses ke layanan keuangan digital di Indonesia, termasuk program untuk inklusi keuangan dan pendidikan bangsa. Selain itu, GoPay terus berkembang dengan meluncurkan fitur baru, seperti layanan transfer uang ke rekening bank, layanan investasi, dan masih banyak lagi.

b) OVO

OVO adalah perusahaan teknologi keuangan yang berasal dari Indonesia dan didirikan pada tahun 2017. OVO merupakan *e-wallet* yang dikelola oleh Lippo Group, sehingga pengguna dapat melakukan pembayaran

di berbagai toko ritel yang bekerja sama dengan OVO, seperti Indomaret dan Alfamart.

c) DANA

Dana merupakan aplikasi pembayaran online yang diluncurkan pada tahun 2017. Aplikasi ini adalah dompet digital yang dikelola oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk. Melalui DANA, pengguna dapat melakukan transaksi di berbagai merchant yang bermitra, seperti Tokopedia.

d) ShopeePay

ShopeePay adalah layanan dompet digital yang dikelola oleh Shopee, sebuah platform belanja online yang terkenal di Asia Tenggara. Layanan ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 2015 sebagai bagian dari ekosistem Shopee, dengan tujuan agar proses pembayaran di dalam platform lebih mudah. Dompet elektronik ShopeePay ini bisa digunakan untuk berbelanja di berbagai toko mitra seperti Shopee, JD.ID, dan Blibli, serta bisa digunakan untuk berbagai jenis transaksi online.

e) *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*

QRIS adalah standar pembayaran menggunakan QR yang dikembangkan oleh Bank Indonesia dan Asosiasi

Sistem Pembayaran Indonesia. Tujuannya agar transaksi menggunakan kode QR menjadi lebih praktis, lebih cepat, dan bisa dilakukan dengan cara yang sama (Shaid, 2023).

3) *Mobile Banking*

Mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan pelanggan melakukan berbagai jenis transaksi melalui *smartphone*. Dengan layanan ini, pengguna bisa melakukan beberapa kegiatan seperti mentransfer uang, membayar tagihan, membeli pulsa, dan lain sebagainya. Beberapa contoh aplikasi *mobile banking* yang sering digunakan di Indonesia adalah BCA Mobile, BNI Mobile, BRIMo, dan Mandiri Online.

c. Indikator

Indikator yang digunakan dalam *Digital Payment* berdasarkan penelitian Puspita (2019), yaitu:

- 1) Kenyamanan
- 2) Kemudahan Akses
- 3) Manfaat dalam menggunakan pembayaran digital

5. Kinerja UMKM

a. Pengertian Kinerja UMKM

Kinerja merupakan hasil yang bisa dicapai oleh suatu usaha, dimana terjadi peningkatan atau penurunan hasil dari strategi yang diterapkan, dengan tujuan mencapai target yang sudah ditentukan (Thagian et al., 2015 ; Susilowati et al., 2022).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Mikro Kecil dan Menengah adalah usaha ekonomi yang berdiri sendiri dan produktif, dilakukan oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan bagian dari perusahaan besar atau menengah. Mereka tidak dimiliki, dikendalikan, atau berada dalam hubungan langsung atau tidak langsung dengan usaha menengah atau besar, serta memenuhi syarat yang ditentukan undang-undang sebagai berikut:

Kriteria Usaha Mikro adalah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih tidak lebih dari Rp50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah)

Kriteria Usaha Kecil adalah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (Tiga Ratus Juta Rupiah) hingga Rp2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah)

Kriteria Usaha Menengah adalah:

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (Lima Ratus Juta Rupiah) dan tidak melebihi Rp10.000.000.000,00 (Sepuluh Milyar Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan bisnis; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (Lima Puluh Milyar Rupiah)

Kinerja UMKM sangat penting untuk menilai seberapa berhasil bisnis tersebut, meliputi beberapa hal seperti kemampuan menghasilkan produk atau jasa, kemampuan mendapatkan keuntungan, cara kerja bisnis yang efisien, serta kemampuan bersaing di pasar (Isma Wahyuni Ismail et al., 2025)

b. Indikator

Indikator yang digunakan dalam kinerja UMKM berdasarkan penelitian Manik (2024), yaitu:

- 1) Pertumbuhan penjualan
- 2) Pertumbuhan tenaga kerja
- 3) Pertumbuhan modal
- 4) Pertumbuhan laba

B. Penelitian Terdahulu

Tabel berikut menunjukkan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti & Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmawati (2025) Judul : Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, E- <i>commerce</i> , dan <i>Digital Payment</i>	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi, E- <i>commerce</i> , <i>Digital</i> <i>Payment</i> Variabel Dependen :	Penggunaan sistem informasi Akuntansi, E- <i>commerce</i> , dan <i>Digital</i> <i>Payment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang

	Terhadap Kinerja UMKM di Kota Semarang	Kinerja UMKM	
2.	Ulyasari et al., (2023) Judul : Pengaruh <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri	Variabel Independen : <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependen : Kinerja UMKM	<i>E-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM
3.	Silvia et al., (2022) Judul : Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan <i>E-commerce</i> Terhadap Kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung	Variabel Independen : Sistem Informasi Akuntansi dan <i>E-commerce</i> Variabel Dependen : Kinerja UMKM	Sistem inforasi akuntansi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja UMKM <i>E-commerce</i> menunjukkan hasil yang signifikan dan berpengaruh negative terhadap kinerja

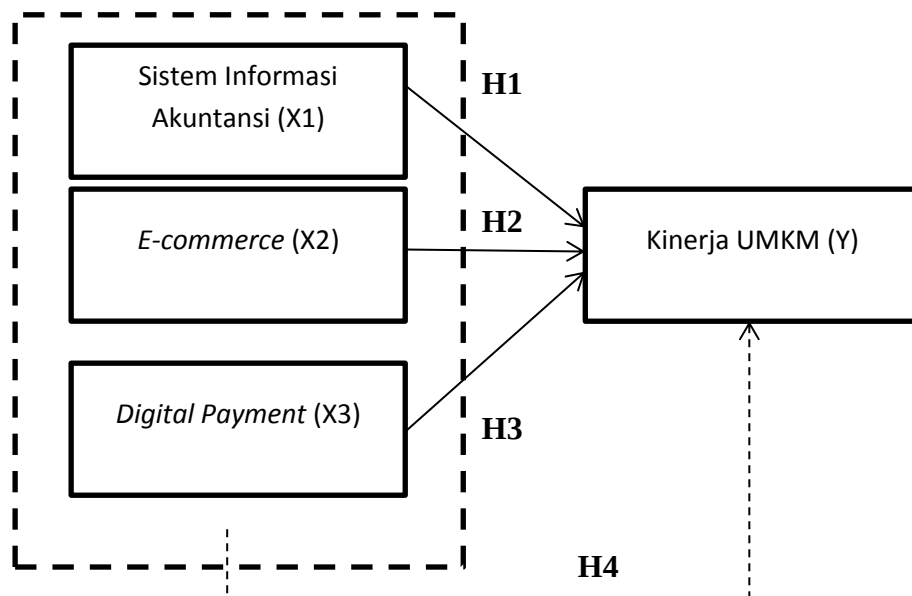
			UMKM
4.	Salma (2024) Judul : Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan <i>E-commerce</i> dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Efektivitas Kinerja Keuangan UMKM di Kecamatan Medan Baru	Variabel Independen : Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , Sistem Informasi Akuntansi Variabel Dependen : Kinerja Keuangan UMKM	Literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM Penggunaan <i>e-commerce</i> dan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas kinerja keuangan UMKM
5.	Abidin (2024) Judul : Pengaruh Penggunaan <i>Digital Payment</i> Terhadap Kinerja Pelaku UMKM di Parepare	Variabel Independen : <i>Digital Payment</i> Variabel Dependen : Kinerja UMKM	<i>Digital Payment</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelaku UMKM secara parsial
6.	Khotmi et al. (2024)	Variabel	Orientasi wirausaha,

	Judul : Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , <i>Digital Payment</i> , dan Orientasi Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM	Independen : Media Sosial, Literasi Keuangan, <i>E-commerce</i> , <i>Digital Payment</i> , Orientasi Wirausaha Variabel Dependen : Kinerja UMKM	literasi keuangan, dan <i>e-commerce</i> tidak mempengaruhi kinerja UMKM <i>Digital payment</i> dan media sosial dapat mempengaruhi kinerja UMKM
7.	Karimah & Suwandi (2025) Judul : Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Perusahaan	Variabel Independen : Teknologi Informasi dan Sistem Infromasi Akuntansi Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan	Teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan Sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh positif terhadap kinerja Perusahaan
8.	Shavira Putrie & Ariani (2024)	Variabel Independen : <i>E-commerce</i> ,	Penggunaan <i>e-commerce</i> dan literasi keuangan berpengaruh

	Judul : Pengaruh Penggunaan <i>E-commerce</i> , Pemahaman Sistem Informasi Akuntansi dan Literasi Keuangan Pada Kinerja Perusahaan UMKM	Sistem Informasi Akuntansi, dan Literasi Keuangan Variabel Dependen : Kinerja Perusahaan UMKM	secara positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM Penerapan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan UMKM
--	---	--	--

Penelitian ini fokus pada pelaku UMKM sektor kuliner di Kecamatan Kroya, yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengacu pada penelitian Ulyasari et al., (2022) yang menguji variabel *E-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi, dengan hasil memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Perbedaan penelitian ini adalah dengan menambahkan variabel *digital payment* serta lokasi penelitian.

C. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

- H1 : Sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner
- H2 : *E-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner
- H3 : *Digital payment* berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner
- H4 : Sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM sektor kuliner

D. Hipotesis

1. Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner

Sistem Informasi Akuntansi (SIA) bisa dikaitkan dengan teori *Technology Acceptance Model* terutama pada persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi dan persepsi manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut. Saat pelaku UMKM merasa bahwa sistem informasi akuntansi mudah digunakan dan mampu mempermudah proses pencatatan transaksi yang rumit menjadi laporan keuangan yang mudah dipahami, maka mereka cenderung akan menerapkan teknologi tersebut secara terus-menerus. Berdasarkan *Technology Acceptance Model*, sistem yang dinilai memberikan manfaat secara fungsional akan membantu meningkatkan kinerja UMKM.

Informasi akuntansi yang digunakan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di UMKM, misalnya menggunakan SIA, bisa mempengaruhi bagaimana UMKM tersebut berjalan. Penelitian Rahmawati (2025), bahwa pengujian sistem informasi akuntansi memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Didukung oleh penelitian Ulyasari et al., (2023) bahwa pengujian sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

H1 : Penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM

2. Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Kinerja UMKM

Penerimaan konsumen terhadap *e-commerce* dikaitkan dengan teori *Technology Acceptance Model* yang melibatkan persepsi, yaitu persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan. *E-commerce* sendiri adalah proses pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui website, serta pertukaran barang, jasa, dan informasi. Teori ini fokus pada bagaimana seseorang memandang kepraktisan sistem *e-commerce*. Semakin mudah pengguna merasakan penggunaan sistem tersebut, maka semakin tinggi kesan positif dan minat untuk menggunakan *e-commerce*.

Penelitian Putrie & Ariani (2024), menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salma (2024), bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

H2 : Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM

3. Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM

Menurut teori *Technology Acceptance Model* (TAM) keterkaitan dengan digital payment menunjukkan adanya perkembangan teknologi baru dalam dunia bisnis. Penggunaan pembayaran digital bisa memudahkan proses transaksi dalam berbisnis. Dengan metode pembayaran digital, pembeli dapat membayar secara online dengan bantuan internet (Rahmawati, 2025).

Penelitian yang dilakukan Abidin (2024), bahwa penggunaan *digital payment* memberikan pengaruh positif pada kinerja UMKM. Didukung oleh penelitian Khotmi et al., (2024) bahwa *digital payment* dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Pembayaran digital memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM, sehingga mempercepat proses transaksi bisnis mereka. Hal ini menjadi kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan keuntungan usaha. Jika keuntungan meningkat, maka akan memberikan dampak positif bagi perkembangan UMKM tersebut.

H3 : Penggunaan *digital payment* berpengaruh terhadap kinerja UMKM

4. Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, *E-Commerce*, dan *Digital Payment* Terhadap Kinerja UMKM

Penilaian kinerja UMKM tidak hanya sebagai bagian pendukung tetapi juga menjadi patokan penting untuk menilai pencapaian dan keberhasilan bisnis mereka. Dengan mengevaluasi kinerja, UMKM bisa terus berkembang menyesuaikan strategi, serta meningkatkan cara kerja agar tetap bisa bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Kemajuan UMKM dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti penggunaan informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2025) menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan

digital payment berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM.

H4 : Penggunaan sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan *digital payment* berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

