

Pengaruh *E-Commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif

Ayu Chairina Laksma*, Okti Nurfadilah

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia

*Alamat Email koresponden: ayucl@uui.ac.id

Abstrak

UMKM mempunyai peran yang penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menggunakan teori agensi dan teori budaya organisasi sebagai landasan teori. Populasi penelitian ini adalah pelaku UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampling yang digunakan adalah purposive sampling dan menggunakan 122 sampel. Penelitian ini menggunakan metode survey dan penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun *online*. Data penelitian diolah menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kata Kunci: *E-commerce*, Akuntansi Pertanggungjawaban, Budaya Organisasi, UMKM

PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia yang melimpah, terdidik, dan berbagai komunitas kreatif di DIY dinilai dapat mendorong industri kreatif untuk terus berkembang. Industri kreatif sendiri merupakan sinergi antara pariwisata, pertanian, dan UMKM. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik perorangan atau perusahaan yang memenuhi kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut Limanseto (2022), UMKM menyumbang 99% dari semua unit usaha dan memiliki peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini terbukti dengan fakta bahwa UMKM menyumbang 60.5% terhadap PDB serta mempekerjakan sebesar 96.9% dari total angkatan kerja nasional (Limanseto, 2022).

Indonesia juga banyak memiliki UMKM yang bergerak di bidang kreatif. Industri kreatif merupakan suatu proses menciptakan ide dan kreativitas yang dilakukan oleh individu maupun sekelompok orang untuk menghasilkan sebuah karya yang nantinya dijadikan produk ekonomi (CIMB Niaga, 2024). Produk ekonomi ini diharapkan bisa menghasilkan keuntungan atau profit dengan tidak mengeksplorasi sumber daya alam. Kehadiran industri kreatif juga harus mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu industri kreatif di Indonesia harus terus dikembangkan agar bisa menjadi salah satu pendukung perekonomian bangsa dan karya industri kreatif bisa bersaing dengan negara lain (CIMB Niaga, 2024). Lebih lanjut, menurut data Kemenparekraf, dari banyaknya subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia, setidaknya ada tiga subsektor yang bertumbuh dengan pesat dan memimpin dalam perkembangan ekonomi kreatif bangsa, yaitu subsektor kuliner sekitar 41%, fashion sekitar 17%, dan kriya sebanyak 14,9% (CIMB Niaga, 2024).

Industri kreatif di DIY telah berkembang pesat selama dekade terakhir. Hal ini disebabkan oleh ketersediaan talenta, banyaknya universitas, dan beragamnya komunitas kreatif di DIY yang dinilai ramah terhadap industri kreatif (Pemda DIY, 2019). Maka dari itu, DIY sebagai kota pelajar, budaya, pariwisata, serta kreatif membuat pasar yang menjual berbagai produk kreatif ini menjadi lebih

luas dan terjangkau karena mayoritas penggemarnya adalah wisatawan domestik maupun mancanegara. Perkembangan industri kreatif di DIY juga didukung oleh Pemerintah DIY melalui Rumah Kreatif Jogja. Potensi investasi yang ada di DIY meliputi pengembangan 17 sub sektor ekonomi kreatif, terutama sektor kerajinan, fashion, dan kuliner. Kerajinan, fashion, dan kuliner menjadi sub sektor terbesar yang mendominasi, yakni mencapai 70-80% dari total ekonomi kreatif yang ada (Ties, 2021).

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) memiliki cukup banyak UMKM. Berdasarkan informasi dari Dinas Koperasi dan UKM DIY pada Data Badan Perencanaan Pembangunan Daerah DIY disebutkan bahwa pada tahun 2020, jumlah UMKM sektor industri atau ekonomi kreatif di DIY adalah sebanyak 16.544 unit, yang terdiri dari 11.507 usaha mikro, 3.610 usaha kecil, dan 1.877 usaha menengah (Dataku DIY, 2023). Selanjutnya, pada tahun 2021 jumlah tersebut mengalami kenaikan menjadi sebanyak 42.518, terdiri dari 40.732 usaha mikro, 1.609 usaha kecil, dan 177 usaha menengah. Namun, pada tahun 2022 mengalami penurunan menjadi sebanyak 10.098, terdiri dari 9.038 usaha mikro, 940 usaha kecil, dan 120 usaha menengah. Kemudian, data sementara UMKM sektor industri atau ekonomi kreatif di DIY tahun 2023 mengalami kenaikan kembali yaitu menjadi sebanyak 13.340, yang terdiri dari 12.223 usaha mikro, 997 usaha kecil, dan 120 usaha menengah (Dataku DIY, 2023).

Kemajuan UMKM dipengaruhi oleh kinerja UMKM tersebut, sehingga kinerja pada UMKM perlu untuk ditelaah lebih lanjut. Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang dilakukan oleh individu dan dapat dicapai melalui perannya dalam perusahaan selama jangka waktu tertentu, serta berkaitan dengan besarnya nilai maupun standar perusahaan tempat individu bekerja (Nursetiana et al., 2022). Dalam penelitian ini kinerja UMKM dipengaruhi oleh tindakan pelaku UMKM yang mencakup faktor *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi.

Pada era globalisasi ini, teknologi semakin berkembang. Perkembangan tersebut baik secara langsung maupun tidak langsung akan memengaruhi sistem perdagangan, transaksi, dan peredaran uang selama ini (Sarastyarini & Yadnyana, 2018). Suharsono (2022) menyatakan bahwa fenomena kurangnya informasi tentang kemajuan pengetahuan ilmiah dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang dimiliki UMKM di DIY tidak mengalami perkembangan. Oleh karena itu, para pelaku UMKM perlu memahami konsep *e-market* atau *e-commerce* agar dapat memajukan dan mengembangkan usaha yang mereka operasikan.

E-commerce yaitu praktik menjual, membeli, serta memasarkan produk secara elektronik (Setiawati et al., 2021). Fitriani et al. (2020) menyatakan bahwa *e-commerce* merupakan cara untuk mengembangkan ekonomi dengan menjual produk secara online (Fitriani et al., 2020). *E-commerce* dipandang sebagai platform yang memfasilitasi interaksi dengan mitra bisnis dan memengaruhi aktivitas perusahaan. Kemajuan teknologi melalui *e-commerce* ini diharapkan dapat mendukung pengembangan UMKM (Prasetyo & Farida, 2022). *E-commerce* memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka, memasarkan produk ke pasar global, dan terlibat dalam kegiatan ekspor (Karyati, 2019). Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global. Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Hasil penelitian Setiawati et al. (2021) dan Wahyuni et al. (2021) menegaskan bahwa *e-commerce* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Namun, hasil penelitian Prasetyo dan Farida (2022) menegaskan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *e-commerce* dengan kinerja UMKM.

Selain fenomena terbatasnya sarana dan prasarana yang telah diuraikan di atas, fenomena lain yang memengaruhi pertumbuhan kinerja UMKM yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) di DIY yang masih belum optimal dan memiliki keterbatasan, hal ini karena beberapa UMKM merupakan bisnis keluarga turun-temurun (Suharsono, 2022). Menurut Suharsono (2022), keterbatasan tersebut dapat dipengaruhi oleh pendidikan maupun keterampilan. Selain itu, faktor yang membuat Sumber Daya Manusia (SDM) belum optimal yaitu pelaku UMKM jarang melakukan pencatatan keuangan, tidak ada status badan hukum, dan modal yang terbatas (Suharsono, 2022). Faktor lainnya yaitu basis data industri kreatif dan pedomannya tidak jelas (UGM, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, penting bagi pelaku usaha untuk mengetahui dan memahami tentang akuntansi pertanggungjawaban. Akuntansi pertanggungjawaban yaitu metode akuntansi manajemen yang ditujukan untuk mendukung manajemen kinerja dengan tanggung jawab biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019). Akuntansi pertanggungjawaban dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan dan memantau kinerja bisnis mereka. Hasil penelitian Arifah et al. (2022) serta Pratiwi dan Kartika (2019) menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial. Kemudian, Sari dan Amalia (2019) juga menunjukkan bahwasannya akuntansi pertanggungjawaban memiliki pengaruh positif terhadap kinerja organisasi.

Selain *e-commerce* dan akuntansi pertanggungjawaban, budaya organisasi menjadi faktor lain yang perlu dipahami oleh pelaku usaha untuk pertumbuhan kinerja UMKM. Budaya organisasi yaitu kumpulan nilai yang dipahami dan dijadikan pedoman bersama di dalam suatu organisasi atau perusahaan agar para anggotanya dapat merasa seperti satu keluarga, serta menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lainnya (Nursetiana et al., 2022). Budaya organisasi yang kuat dapat meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, budaya organisasi yang mendorong inovasi dan kreativitas membantu pelaku usaha mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Implementasi budaya organisasi yang baik dalam suatu perusahaan juga dapat meningkatkan motivasi dan kinerja karyawan, sehingga berdampak pada kinerja bisnis secara keseluruhan. Fenomena terkait budaya organisasi yaitu pelaku Industri Kecil Menengah (IKM) mudah merasa puas sehingga UMKM sulit berkembang. Selain itu, menurut Nugroho (2019) para pelaku UMKM juga kurang kesadaran untuk terus berinovasi dan meningkatkan kreativitas produk, sehingga tidak mengalami perkembangan dengan cepat. Hasil penelitian Nursetiana et al. (2022), Lestari et al. (2021), dan Setiawati et al. (2021) menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Namun, penelitian Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni et al. (2021) menunjukkan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh budaya organisasi. Fenomena kurangnya inovasi dan kreativitas di kalangan pelaku UMKM dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM), jaringan usaha yang sangat terbatas, rendahnya penetrasi pasar, kurangnya akses ke informasi dan teknologi, serta kurangnya kesadaran akan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam mengatasi persaingan yang semakin ketat (Suharsono, 2022).

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi dapat menjadi faktor yang memengaruhi kinerja UMKM dalam hal inovasi dan kreativitas. *E-commerce* yang berkembang dapat menjadi inovasi bagi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar global. Selain *e-commerce* yang berkembang, akuntansi pertanggungjawaban yang baik dapat membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan inovasi serta kreativitas mereka, sementara itu budaya organisasi yang mendukung inovasi serta kreativitas dapat memotivasi serta mendorong pelaku usaha untuk berpikir dan bertindak secara inovatif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori agensi dan teori budaya organisasi sebagai landasan teori. Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Kaitannya antara inovasi dan kreativitas dengan teori agensi adalah *principal* memastikan bahwa *agent* memiliki insentif dan motivasi untuk berinovasi, sementara *agent* harus mempertimbangkan kepentingan *principal* dalam menciptakan solusi inovatif yang menguntungkan perusahaan. Dengan demikian, teori agensi dalam konteks inovasi dan kreativitas pada UMKM dapat berpengaruh pada motivasi karyawan untuk menciptakan inovasi dan kreativitas.

Penelitian ini mengacu pada Wahyuni et al. (2021) tentang pengaruh *e-commerce*, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi, dan literasi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Magelang. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada faktor-faktor dan objeknya. Penulis mengganti penggunaan sistem informasi akuntansi serta literasi keuangan menjadi akuntansi pertanggungjawaban sebagai faktor yang memengaruhi sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Sari dan Amalia (2019). Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya juga terletak pada faktor yang dipengaruhi. Penulis menggunakan kinerja UMKM sebagai faktor yang dipengaruhi, sedangkan pada beberapa penelitian sebelumnya

menggunakan kinerja manajerial dan kinerja perusahaan atau organisasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta atau DIY sebagai objek penelitian dan DIY mencakup 4 kabupaten dan 1 kota madya, antara lain Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunungkidul, Kabupaten Kulon Progo, Kabupaten Sleman, dan Kota Yogyakarta.

Penulis menggunakan akuntansi pertanggungjawaban sebagai faktor yang memengaruhi kinerja UMKM karena mengacu pada fenomena yang terjadi di UMKM DIY seperti pelaku usaha jarang melakukan pencatatan keuangan, tidak ada status badan hukum, keterbatasan modal, serta basis data industri kreatif dan pedomannya tidak jelas. Selain itu, penggunaan akuntansi pertanggungjawaban dapat membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan, mengambil keputusan, serta meningkatkan dan memantau kinerja UMKM.

Kemudian, alasan penulis memilih objek penelitian di UMKM industri kreatif yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian DIY. Para pelaku UMKM di DIY perlu mengembangkan dan mempertahankan usahanya dengan menciptakan berbagai inovasi baru (Suharsono, 2022). Namun, terdapat banyak hambatan dalam perkembangan UMKM di DIY, salah satunya yaitu pelaku UMKM merasa cepat puas sehingga kurang meningkatkan inovasi dan kreativitasnya (Nugroho, 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut pengaruh *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM (studi pada industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta). Kontribusi penelitian ini adalah memberikan informasi kepada UMKM agar meningkatkan kinerja usaha melalui *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi.

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui platform digital. Kemudian, menurut Setiawati et al. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah. Penerapan *e-commerce* menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. *E-commerce* juga menawarkan kemudahan proses jual beli secara online dengan menyediakan informasi pengiriman yang lebih pesat kepada konsumen, memfasilitasi pengiriman dan penerimaan pesanan secara cepat, serta mendukung pembayaran online atau elektronik (Wahyuni et al., 2021). Menurut Setiawati et al. (2021), pemilik UMKM memiliki fleksibilitas untuk mengelola bisnis mereka sendiri dengan membuat toko *offline* atau menjalankan penjualan secara *online* melalui platform *e-commerce*.

Dalam teori agensi terdapat interaksi antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*), di mana hubungan tersebut memiliki jalanan fungsional dan struktural. Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendeklasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai *principal* yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan sebagai *agent* yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja mereka. Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global. Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Dengan demikian, semakin banyak penggunaan *e-commerce* maka kinerja UMKM akan semakin meningkat (Wahyuni et al., 2021).

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Setiawati et al. (2021) yang menegaskan bahwa *e-commerce* memengaruhi kinerja UMKM. Namun, temuan ini berlawanan dengan temuan Prasetyo dan

Farida (2022) yang menegaskan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh *e-commerce*. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

H1: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi (Arifah, et al., 2022). Kemudian, menurut Setiawati et al. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah.

Pada saat membuat usaha baru, akuntansi pertanggungjawaban sangat diperlukan dalam proses mengelola operasional usaha. Akuntansi pertanggungjawaban diidentifikasi sebagai metode akuntansi administratif yang bertujuan untuk mendukung kontrol kinerja melalui pemberian tanggung jawab atas biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019). Informasi akuntansi pertanggungjawaban menyoroti interaksi antara informasi keuangan dan manajer yang berkewajiban atas perancangan dan pelaksanaan informasi tersebut, maka perlu bagi manajer untuk memiliki informasi tertentu dalam proses pengendalian manajemen (Hutabarat, 2020).

Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa teori agensi menggambarkan suatu perjanjian atau hubungan di mana salah satu pihak (*principal*) mendelegasikan pekerjaannya kepada pihak lain (*agent*). Dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) mempertimbangkan hubungan dalam konteks pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha. Keuangan suatu perusahaan harus dikelola dengan baik melalui penganggaran yang sebaik-baiknya, sehingga diperlukan penelitian mengenai keberadaan dan penerapan akuntansi pertanggungjawaban. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam organisasi menjamin adanya manfaat yang berbeda-beda dalam penerapan akuntansi pertanggungjawaban, karena setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai manfaatnya masing-masing (Arifah et al., 2022). Manajer dan pemilik usaha dapat menetapkan wewenang dan tanggung jawab kepada bawahan secara lebih efektif dengan akuntansi pertanggungjawaban, tanpa harus mengawasi seluruh aktivitas dalam perusahaan. Dengan demikian, pemantauan ini dapat membantu mengatasi masalah agensi dengan memastikan bahwa kegiatan operasional sesuai dengan tujuan organisasi.

Akuntansi pertanggungjawaban direncanakan untuk memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha, hal ini dilakukan dengan menetapkan target dan memberikan insentif yang sesuai. Akuntansi pertanggungjawaban ialah suatu prosedur yang penting karena memiliki kemampuan untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan di masa depan, dan juga memiliki peranan yang krusial dalam mengevaluasi kinerja manajerial. Semakin tinggi tingkat penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam lingkungan pertanggungjawaban seseorang, semakin besar kemungkinan kinerja manajerial meningkat (Pratiwi & Kartika, 2019). Sistem akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang dan memengaruhi tujuan pekerjaan agar lebih terorganisir untuk meningkatkan kinerja usaha serta mencapai tujuan organisasi (Arifah et al., 2022). Semakin efektif penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam sebuah perusahaan, semakin baik juga kinerja usahanya.

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Arifah et al. (2022) dan Pratiwi dan Kartika (2019) yang menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial. Demikian pula temuan Sari dan Amalia (2019) yang menegaskan bahwa akuntansi pertanggungjawaban berdampak positif terhadap kinerja organisasi. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

H2: Akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Schein (1992) mendefinisikan budaya organisasi sebagai pola asumsi dasar bersama yang dipelajari suatu kelompok saat memecahkan masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang

telah berjalan cukup baik untuk dianggap valid dan diajarkan kepada anggota baru sebagai cara yang benar untuk memahami, berpikir, dan merasakan dalam kaitannya dengan masalah-masalah tersebut. Dengan kata lain budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, norma, inti pemikiran, dan sistem yang terdapat dalam suatu organisasi. Menurut Setiawati et al. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati bersama oleh anggota organisasi, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah. Suatu perusahaan biasanya menerapkan budaya organisasi yang baik, hal tersebut menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk.

Teori budaya organisasi dari Schein (1992) dapat menjelaskan hubungan antara budaya organisasi dan kinerja UMKM, dimana budaya organisasi yang kuat dan positif dapat meningkatkan kinerja UMKM. Selain itu, pola pikir dan asumsi dasar yang disetujui secara bersama dalam suatu organisasi dapat mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang dengan dukungan budaya organisasi yang inovatif dan kreatif. Oleh karena itu, budaya organisasi yang positif dapat meningkatkan inovasi, motivasi, kinerja karyawan, dan kinerja bisnis (Frinaldi et al., 2023).

Budaya organisasi yang kuat dan positif juga akan mendorong keterlibatan pekerja secara maksimal, karena pekerja merasa terhubung dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi. Nilai-nilai budaya organisasi juga membawa perbedaan bagi perusahaan, sehingga budaya organisasi setiap perusahaan berbeda (Lestari et al., 2021). Pelaku bisnis yang mempunyai ciri budaya yang kuat, seperti kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, cenderung dapat memahami dan menangkap peluang untuk mempertahankan bisnisnya, serta mengelola kinerja bisnisnya secara lebih efektif. Pemilik UMKM perlu mengenalkan budaya organisasi kepada karyawan agar perilaku mereka sesuai dengan yang diinginkan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dan kinerja perusahaan meningkat (Nursetiana et al., 2022).

Penjelasan di atas didukung oleh temuan Nursetiana et al. (2022), Lestari et al. (2021), dan Setiawati et al. (2021) yang menunjukkan bahwasannya budaya organisasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kinerja UMKM. Namun, temuan ini berbeda dengan temuan Prasetyo dan Farida (2022) serta Wahyuni et al. (2021), yang menunjukkan bahwa budaya organisasi tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Berdasarkan tinjauan literatur tersebut, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut.

H3: Budaya organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teori agensi mendasari *e-commerce* dengan mendeskripsikan hubungan antara pemilik (*principal*) dengan manajer atau karyawan (*agent*). Dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai *principal* yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan dianggap sebagai *agent* yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja UMKM tersebut.

Selanjutnya, dalam konteks teori agensi, akuntansi pertanggungjawaban direncanakan untuk memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha, hal ini dilakukan dengan menetapkan target dan memberikan insentif yang sesuai. Dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) mempertimbangkan hubungan dalam konteks pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha. Dalam konteks kinerja UMKM, teori agensi dapat diterapkan untuk menganalisis hubungan antara pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) serta dampaknya terhadap kinerja bisnis. Penerapan evaluasi kinerja dapat membantu meningkatkan kinerja serta meminimalkan risiko perilaku *agent* yang tidak sesuai dengan tujuan pemilik usaha (*principal*).

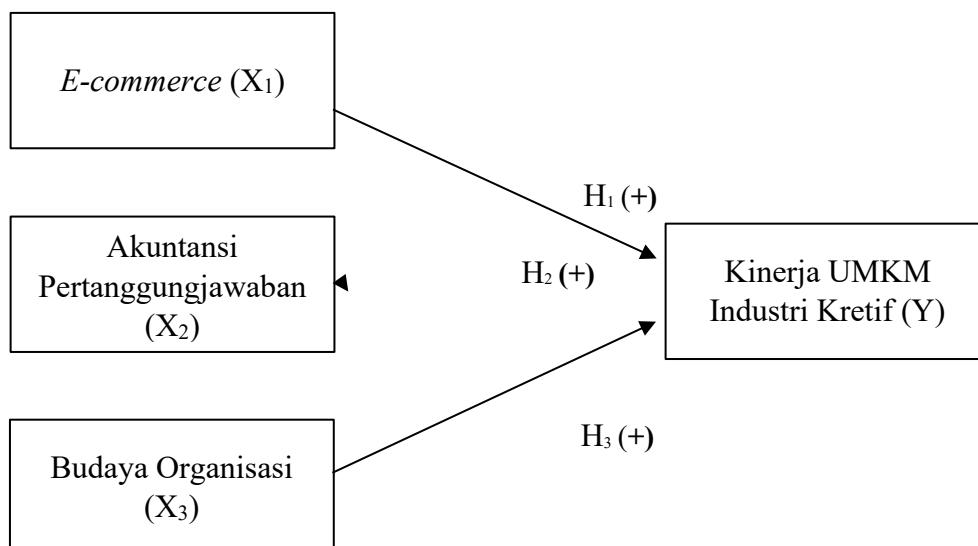
Teori agensi mendasari hubungan antara *e-commerce* dan akuntansi pertanggungjawaban dalam konteks kinerja UMKM. *E-commerce* digunakan sebagai alat untuk mengurangi ketidakpastian agensi dengan memberikan pemantauan dan kendali yang lebih baik bagi pemilik UMKM terhadap aktivitas bisnis mereka, sehingga pemilik usaha merasa aman (Setiawan et al., 2023). Selanjutnya, akuntansi

pertanggungjawaban membantu mengukur kinerja manajerial dan memberikan insentif yang sesuai melalui sistem pengukuran kinerja. Dalam hal budaya organisasi, nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, dan inovasi dapat didorong melalui *e-commerce* dan praktik akuntansi pertanggungjawaban. Budaya yang mendukung adaptasi terhadap teknologi dan fokus pada efisiensi dapat meningkatkan penerapan *e-commerce* serta penggunaan informasi akuntansi dengan lebih efektif.

Secara keseluruhan, integrasi *e-commerce* dengan akuntansi pertanggungjawaban dan budaya organisasi yang mendukung mampu meningkatkan kinerja UMKM dengan menciptakan lingkungan yang meminimalkan risiko perilaku agent yang tidak sesuai dan mendorong pencapaian tujuan bisnis secara optimal.

Selain itu, dalam penelitian ini teori budaya organisasi dari Schein (1992) mendasari bagaimana budaya organisasi dapat mempengaruhi kinerja UMKM. Budaya organisasi membantu dalam memahami bagaimana sistem insentif dan pengawasan dapat memengaruhi perilaku karyawan sesuai dengan kepentingan pemilik usaha (Isoraité & Minotiené, 2018). Budaya organisasi menjadi penting karena dapat menjadi alat untuk mengurangi ketidakpastian perilaku anggota organisasi. Dengan membentuk budaya yang sesuai, organisasi dapat meminimalkan risiko perilaku anggota organisasi yang tidak sesuai dengan kepentingan suatu organisasi. Sehingga budaya organisasi dapat berperan dalam membentuk norma, nilai, dan perilaku yang mendukung pencapaian tujuan organisasi (Safitri & Kuntadi, 2023).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dibentuk kerangka penelitian di Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM DIY, jumlah UMKM industri atau ekonomi kreatif di tahun 2023 adalah sebanyak 13.340 (Dataku DIY, 2024). Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling untuk pengambilan sampel. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan yaitu: 1) pelaku usaha yang menggunakan e-commerce; dan 2) sudah menjalankan usahanya selama minimal 1 tahun. Jumlah minimal sampel penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dan hasilnya minimal jumlah sampel sebanyak 99,25 yang dibulatkan menjadi 100 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei dan kuesioner sudah diuji coba terlebih dahulu sebelum disebarluaskan. Dari hasil penyebaran kuesioner secara online, 122 kuesioner kembali dan dapat diolah. Kuesioner yang disebarluaskan kepada responden memiliki 5 pilihan jawaban dan menggunakan skala Likert 1-5. Variabel dependen penelitian ini adalah kinerja

UMKM industry kreatif dan variabel independen penelitian ini adalah *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi

Definisi *e-commerce* dalam penelitian ini adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui platform digital dan termasuk di dalamnya adalah tahap pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, serta informasi melalui internet. Untuk pengukuran variabel *e-commerce*, penelitian ini akan menggunakan indikator menurut Prasetyo et al. (2021).

E-commerce adalah segala bentuk aktivitas perdagangan yang dijalankan secara elektronik melalui platform digital. Menurut Fitrah dan Yuliati (2023), e-commerce adalah tahap pembelian, penjualan, dan pertukaran produk, layanan, serta informasi melalui internet.

Untuk pengukuran e-commerce, penelitian ini menggunakan indikator menurut Prasetyo et al. (2021) sebagai berikut:

Tabel 1. Indikator E-Commerce

| No. | Indikator | Pernyataan |
|-----|---|--|
| 1. | Efisiensi biaya pengeluaran. | Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk mengefisiensikan biaya pengeluaran dalam memulai usaha. |
| 2. | Reputasi | Saya menggunakan <i>e-commerce</i> untuk meningkatkan reputasi usaha. |
| 3. | Pemasaran | Saya sudah memahami bagaimana cara memasang iklan melalui <i>e-commerce</i> . |
| | | <i>E-commerce</i> membantu saya untuk melakukan pemasaran. |
| | | <i>E-commerce</i> dapat menarik investor untuk berinvestasi dalam suatu usaha. |
| 4. | Kemudahan dalam berbisnis <i>online</i> | <i>E-commerce</i> membantu saya dalam memperluas jangkauan usaha. |

Akuntansi pertanggungjawaban adalah suatu sistem pengukuran dan evaluasi kinerja setiap pusat pertanggungjawaban dalam organisasi, yang menyampaikan informasi kepada manajer agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih informasional dan terarah serta memberikan kewajiban kepada setiap pusat pertanggungjawaban untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Arifah et al. (2022), akuntansi pertanggungjawaban adalah sistem yang dicapai dengan menilai kinerja masing-masing pusat pertanggungjawaban berdasarkan data atau informasi yang diperlukan oleh manajer untuk melakukan aktivitas bisnis di setiap pusat pertanggungjawaban.

Untuk pengukuran akuntansi pertanggungjawaban, penelitian ini akan menggunakan indikator menurut Pratiwi dan Kartika (2019) sebagai berikut:

Tabel 2. Indikator Akuntansi Pertanggungjawaban

| No. | Indikator | Pernyataan |
|-----|--|---|
| 1. | Memahami kewajiban | Dalam pelaksanaan akuntansi pertanggungjawaban, saya sudah memahami dengan baik kewajiban saya. |
| 2. | Berperan dalam menggapai tujuan | Dalam usaha saya, setiap karyawan berperan dalam mencapai tujuan perusahaan. |
| 3. | Berkordinasi dalam penyusunan anggaran | Saya selalu melakukan koordinasi dengan karyawan dalam penyusunan maupun pelaksanaan anggaran. |
| 4. | Proses pencatatan transaksi | Pencatatan transaksi baik penjualan maupun pengeluaran di usaha saya telah menggunakan kode rekening. |

| | | |
|-----|--|--|
| 5. | Memberikan laporan | Laporan pertanggungjawaban adalah bentuk realisasi anggaran dari anggaran yang telah disusun. |
| 6. | Sanksi dan hukuman | Sanksi atau hukuman yang saya terapkan dalam akuntansi pertanggungjawaban diberikan kepada karyawan apabila terjadi penyimpangan dari rencana yang ditetapkan. |
| 7. | Memperhatikan target | Realisasi anggaran biaya produksi sudah sesuai dengan target yang diinginkan perusahaan. |
| 8. | Meminimalisir penyimpangan | Saya menerapkan akuntansi pertanggungjawaban untuk mengurangi penyimpangan dalam anggaran biaya produksi. |
| 9. | Sebagai alat untuk penilaian | Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai dasar untuk mengevaluasi penggunaan biaya produksi. |
| 10. | Sebagai alat untuk mengendalikan beban | Akuntansi pertanggungjawaban berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengendalikan beban atau biaya produksi. |

Budaya organisasi adalah seperangkat keyakinan, nilai, norma, inti pemikiran, dan sistem yang terdapat dalam suatu organisasi. Menurut Nursetiana et al. (2022), budaya organisasi adalah nilai-nilai yang dibangun menjadi sebuah organisasi, sehingga mereka dapat memahami satu sama lain, membuat anggota merasa seperti keluarga, dan menciptakan organisasi yang berbeda dari organisasi lain. Budaya organisasi mencakup pedoman perilaku, pemikiran dan tindakan yang diajarkan dan diterapkan oleh anggota organisasi. Budaya organisasi membentuk identitas dan kerangka kerja yang memengaruhi bagaimana individu berinteraksi, memecahkan masalah, dan melaksanakan tugas sehari-hari.

Untuk pengukuran budaya organisasi, penelitian ini menggunakan indikator-indikator menurut Putri et al. (2023) sebagai berikut:

Tabel 3. Indikator Budaya Organisasi

| No. | Indikator | Pernyataan |
|-----|--|---|
| 1. | Inovatif menghitung risiko | Budaya organisasi mendorong saya untuk berinovasi menciptakan ide atau gagasan baru bagi kemajuan UMKM. |
| | | Dalam melakukan pekerjaan, saya berupaya memperkecil risiko. |
| 2. | Berorientasi pada hasil yang akan dicapai | Saya selalu menyampaikan tujuan dan target usaha kepada karyawan. |
| | | Saya selalu menghargai hasil kerja, tetapi saya juga fokus pada proses kerja untuk mencapai hasil terbaik. |
| 3. | Berorientasi pada seluruh kepentingan karyawan | Saya seringkali membantu karyawan apabila ada yang mengalami kesulitan dalam bekerja. |
| | | Saya berusaha menciptakan loyalitas dan kerjasama dengan karyawan untuk mencapai hasil optimal bagi perusahaan. |
| 4. | Berorientasi detail pada tugas | Saya memberikan arahan kepada karyawan untuk lebih memperhatikan hal detail dalam pekerjaan dengan akurat, cepat, dan cermat. |

Budaya organisasi mendorong saya untuk menyelesaikan tugas dengan penuh perhatian dan ketelitian.

Kinerja UMKM adalah hasil yang mereka capai selama periode tertentu sesuai dengan tujuan dan standar bisnis yang diharapkan, serta kemampuan mereka untuk menghasilkan nilai tambah dan pendapatan hukum. Menurut Setiawati et al. (2021), kinerja UMKM adalah hasil pekerjaan yang diselesaikan secara tuntas dalam kaitannya dengan kinerja, target, atau standar bisnis yang diantisipasi dan disepakati, serta memiliki nilai tambah dan pendapatan yang sah.

Untuk mengukur tingkat keberhasilan kinerja UMKM, penelitian ini menggunakan indikator dari Andini et al. (2020) sebagai berikut:

Tabel 4. Indikator Kinerja UMKM

| No. | Indikator | Pernyataan |
|-----|---|---|
| 1. | Peningkatan omset penjualan | Setiap bulan penjualan usaha saya meningkat. Dalam 1 tahun terakhir usaha saya mengalami peningkatan penjualan. |
| 2. | Peningkatan <i>financial</i> | Sebagian profit yang saya peroleh digunakan untuk menambah modal usaha. |
| 3. | Peningkatan pertumbuhan angkatan kerja yang meningkat | Saya menambah karyawan agar pesanan cepat selesai. Saya merekrut tenaga kerja profesional untuk meningkatkan kinerja usaha saya. |
| 4. | Pertumbuhan pasar yang luas | Semakin hari permintaan produk maupun jasa yang saya tawarkan semakin meningkat. |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data demografi menunjukkan bahwa mayoritas pemilik UMKM adalah perempuan, mencapai 73.8% yaitu sebanyak 90 orang. Sementara itu, laki-laki menyumbang sebesar 26.2% yaitu sebanyak 32 orang dari pemilik UMKM. mayoritas responden berusia antara 20-30 tahun, mencapai 78.7% sejumlah 96 orang. Sementara itu, 15.6% berada dalam rentang usia 31-40 tahun sejumlah 19 orang, 3.3% berusia antara 41-50 tahun sejumlah 4 orang, dan 2.5% berusia di atas 50 tahun sejumlah 3 orang. 0% pemilik UMKM menyelesaikan pendidikan hingga tingkat SD, 0.8% lulus dari SMP sebanyak 1 orang, dan 37.7% mencapai tingkat SMA sebanyak 46 orang. Sebagian besar pemilik UMKM yaitu 54.9% memiliki pendidikan tingkat S1 sebanyak 67 orang, sementara 6.6% merupakan lulusan S2 sebanyak 8 orang. sebagian besar pelaku UMKM bergerak di bidang kuliner sebanyak 43 pelaku usaha dengan persentase sebesar 35.2%. Selanjutnya sebanyak 29 pelaku usaha bergerak di bidang fashion dengan persentase sebesar 23.8%, sebanyak 27 pelaku usaha bergerak di bidang kriya dengan persentase sebesar 22.1%, sebanyak 10 pelaku usaha bergerak di bidang jasa dengan persentase sebesar 8.2%, dan 13 pelaku usaha dengan persentase sebesar 10.7% bergerak di bidang lainnya. mayoritas UMKM yakni sebesar 41.8% atau sebanyak 51 UMKM telah ada selama 1-2 tahun. Kemudian 40.2% sudah berdiri selama 3-4 tahun yaitu sebanyak 49 UMKM. Adapun yang telah berdiri sejak 5-6 tahun yaitu sebesar 9.8% berjumlah 12 UMKM, dan lebih dari 6 tahun sebesar 8.2% yang berjumlah 10 UMKM.

Analisis data penelitian ini terdiri dari uji reliabilitas, uji validitas, statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa semua item kuesioner penelitian reliabel karena angka lebih besar dari 0.7 (Nunnally, 1978). Uji validitas penelitian

ini dilakukan dengan menggunakan Pearson Correlation Coefficient dan semua item kuesioner penelitian ini menunjukkan r hitung lebih besar dari r tabel (0,1779) sehingga dapat disimpulkan valid. Tabel 5 berikut menunjukkan hasil statistik deskriptif.

Tabel 5. Statistik Deskriptif

| | n | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|-------------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
| E-Commerce | 122 | 17.00 | 30.00 | 25.4344 | 2.70288 |
| Akuntansi | 122 | 24.00 | 50.00 | 38.2541 | 5.09507 |
| Pertanggungjawaban | | | | | |
| Budaya Organisasi | 122 | 24.00 | 40.00 | 33.7623 | 3.73293 |
| Kinerja UMKM Industri Kreatif | 122 | 13.00 | 30.00 | 22.4426 | 3.61139 |
| Valid (N) Listwise | 122 | | | | |

Sumber: Data Diolah, 2024

Untuk uji asumsi klasik, uji yang dilakukan adalah uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan hasil menunjukkan nilai *probability value* sebesar 0.169. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *probability value* > 0.05 , maka ditarik kesimpulan bahwa residual data penelitian ini berdistribusi normal. Untuk uji multikolinearitas, nilai semua variabel menunjukkan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *tolerance* > 0.10 sehingga mengindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas penelitian ini dilakukan dengan uji Glejser. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Sig. dari variabel *e-commerce* sebesar 0.783 > 0.05 , akuntansi pertanggungjawaban sebesar 0.465 > 0.05 , dan budaya organisasi sebesar 0.074 > 0.05 . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada ketiga variabel independen. Untuk pengujian hipotesis, dilakukan analisis regresi berganda. Hasil uji F (uji *goodness of fit*) menunjukkan nilai signifikansi Sig. sebesar 0.000 dan hal ini mengindikasikan bahwa persamaan regresi yang digunakan penelitian ini sesuai dengan data yang ada. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.321. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa 32.1% perubahan kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban, dan budaya organisasi dan sisanya sebesar 67.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Tabel 6 berikut menunjukkan hasil uji T yang telah dilakukan.

Tabel 6. Hasil Uji T
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .148 | 2.920 | .051 | .960 |
| | <i>E-commerce</i> | .275 | .125 | .206 | .2197 |
| | Akuntansi | .166 | .061 | .234 | 2.700 |
| | Pertanggungjawaban | | | | |
| | Budaya Organisasi | .265 | .093 | .274 | 2.861 |

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM Industri Kreatif

Dari Tabel 2 di atas dapat disimpulkan bahwa *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban dan budaya organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM industri kreatif dan ketiga hipotesis penelitian ini didukung oleh data.

Penerapan *e-commerce* menjadi langkah yang efektif untuk meningkatkan kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan *e-commerce*, para pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar serta

meningkatkan penjualan produk mereka. *E-commerce* juga menawarkan kemudahan proses jual beli secara *online* dengan menyediakan informasi pengiriman yang lebih pesat kepada konsumen, memfasilitasi pengiriman dan penerimaan pesanan secara cepat, serta mendukung pembayaran *online* atau elektronik (Wahyuni et al., 2021). Hasil penelitian ini selaras dengan teori agensi yang memaparkan bahwa dalam konteks pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja UMKM, pemilik usaha dapat dianggap sebagai pemilik (*principal*) yang bertanggungjawab mengambil keputusan, sedangkan manajer atau karyawan sebagai manajer (*agent*) yang bertanggung jawab mengoperasikan *e-commerce* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional UMKM, sehingga berpotensi meningkatkan kinerja mereka. Kehadiran *e-commerce* dapat menambah nilai bagi perusahaan dengan menyediakan layanan baru, menjangkau konsumen baru, menciptakan model bisnis baru, dan memperluas operasi mereka untuk bersaing di pasar global. Penggunaan *e-commerce* memberikan efek meningkatkan penjualan dan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Setiawati et al. (2021) dan Wahyuni et al. (2021) yang menegaskan bahwa *e-commerce* memengaruhi kinerja UMKM secara positif. Namun, hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Prasetyo dan Farida (2022) yang menemukan bahwa kinerja UMKM tidak dipengaruhi oleh *e-commerce*. Perbedaan tersebut dapat disebabkan oleh perbedaan jumlah sampel dan lokasi penelitian antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022). Penelitian ini menggunakan 122 responden dari UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) hanya menggunakan 71 responden dari UMKM Kota Magelang.

Dalam suatu organisasi, akuntansi pertanggungjawaban diperlukan untuk membantu manajer melakukan pengawasan, terutama ketika organisasi menghadapi kesulitan (Arifah et al., 2022). Akuntansi pertanggungjawaban diidentifikasi sebagai metode akuntansi administratif yang bertujuan untuk mendukung kontrol kinerja melalui pemberian tanggung jawab atas biaya dan pendapatan (Sari & Amalia, 2019). Penelitian ini menemukan bahwa akuntansi pertanggungjawaban berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif. Hal ini selaras dengan teori agensi yang menguraikan bahwa dalam konteks pengaruh akuntansi pertanggungjawaban terhadap kinerja perusahaan terdapat hubungan atau kontrak antara pemilik usaha (*principal*) dan manajer atau karyawan (*agent*) dalam hal pengelolaan keuangan, pencapaian target, dan kinerja usaha. Keuangan suatu perusahaan harus dikelola dengan baik melalui penganggaran yang sebaik-baiknya, sehingga diperlukan penelitian mengenai keberadaan dan penerapan akuntansi pertanggungjawaban. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam organisasi menjamin adanya manfaat yang berbeda-beda dalam penerapan akuntansi pertanggungjawaban, karena setiap pusat pertanggungjawaban mempunyai manfaatnya masing-masing (Arifah et al., 2022). Manajer dan pemilik usaha dapat menetapkan wewenang dan tanggung jawab kepada bawahan secara lebih efektif dengan akuntansi pertanggungjawaban, tanpa harus mengawasi seluruh aktivitas dalam perusahaan. Dengan demikian, pemantauan ini dapat membantu mengatasi masalah agensi dengan memastikan bahwa kegiatan operasional sesuai dengan tujuan organisasi. Penerapan akuntansi pertanggungjawaban diharapkan dapat memotivasi karyawan agar bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik usaha. Semakin tinggi tingkat penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam lingkungan pertanggungjawaban seseorang, semakin besar kemungkinan kinerja manajerial meningkat (Pratiwi & Kartika, 2019). Sistem akuntansi pertanggungjawaban dapat menunjang dan memengaruhi tujuan pekerjaan agar lebih terorganisir untuk meningkatkan kinerja usaha serta mencapai tujuan organisasi (Arifah et al., 2022). Semakin efektif penerapan akuntansi pertanggungjawaban dalam sebuah perusahaan, semakin baik juga kinerja usahanya. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian Sari dan Amalia (2019), Arifah et al. (2022) dan Pratiwi dan Kartika (2019) yang menunjukkan bahwa akuntansi pertanggungjawaban memengaruhi kinerja manajerial/organisasi secara positif.

Penelitian ini juga menemukan bahwa budaya organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif. Budaya organisasi yang baik menjadikan perusahaan cenderung memiliki kinerja yang berkembang dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap kinerja perusahaan dibandingkan perusahaan pesaing yang budaya organisasinya buruk. Budaya organisasi yaitu representasi prinsip, nilai, dan norma yang diterima dan diterapkan oleh anggota organisasi, memastikan pemahaman, refleksi, dan keterlibatan terhadap isu dan kebijakan,

serta melaksanakan tugas dengan tepat (Setiawati et al., 2021). Hasil penelitian ini selaras dengan teori budaya organisasi yang menguraikan bahwa budaya dipelajari sejalan dengan waktu melalui pengalaman yang dialami bersama dengan lapisan yang lebih dalam dan lebih sulit diubah tetapi lebih berpengaruh. Manajer atau pemilik UMKM dapat mengatasi hambatan dalam menjalankan usahanya dan memanfaatkan peluang dengan dukungan budaya organisasi yang inovatif dan kreatif yang telah ditanamkan di organisasi tersebut. Oleh karenanya, budaya organisasi yang positif dapat meningkatkan inovasi, motivasi, kinerja karyawan, dan kinerja bisnis (Frinaldi et al., 2023).

Budaya organisasi yang kuat dan positif juga dapat mendorong keterlibatan pekerja secara maksimal, karena pekerja merasa terhubung dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi. Nilai-nilai budaya organisasi juga membawa perbedaan bagi perusahaan, sehingga budaya organisasi setiap perusahaan berbeda (Lestari et al., 2021). Pelaku UMKM yang mempunyai ciri budaya yang kuat, seperti kemampuan beradaptasi dengan lingkungan, cenderung dapat memahami dan menangkap peluang untuk mempertahankan bisnisnya, serta mengelola kinerja bisnisnya secara lebih efektif. Pemilik UMKM perlu mengenalkan budaya organisasi kepada karyawan agar perilaku mereka sesuai dengan yang diinginkan, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai dan kinerja perusahaan meningkat (Nursetiana et al., 2022). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Nursetiana et al. (2022), Lestari et al. (2021), dan Setiawati et al. (2021) yang menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Prasetyo dan Farida (2022) serta Wahyuni et al. (2021) yang menemukan bahwa budaya organisasi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Perbedaan hasil tersebut dapat disebabkan perbedaan jumlah sampel serta lokasi penelitian antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) dan Wahyuni et al. (2021). Penelitian ini menggunakan 122 responden dan hanya focus kepada UMKM industry kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Farida (2022) hanya menggunakan 71 responden dan dilakukan di UMKM di Kota Magelang. Sementara itu Wahyuni et al. (2021) juga meneliti di Kota Magelang dengan menggunakan 129 responden.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *e-commerce*, akuntansi pertanggungjawaban dan budaya organisasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian ini mempunyai implikasi bagi pemilik UMKM yaitu UMKM perlu berinvestasi dalam pengembangan dan penerapan platform *e-commerce* yang sesuai untuk usaha mereka. Pemilik UMKM juga perlu memahami teknologi dan strategi pemasaran online untuk memaksimalkan keuntungan dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, penting bagi UMKM memahami kewajiban keuangan mereka dan menerapkan akuntansi pertanggungjawaban yang efektif. Pemilik UMKM juga perlu menciptakan budaya organisasi yang inovatif dan terbuka terhadap risiko. UMKM harus dapat memotivasi karyawan untuk berpikir kreatif dan menghitung risiko secara bijaksana dalam rangka mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

Keterbatasan penelitian ini adalah diperlukan waktu yang cukup lama dalam mengumpulkan data karena masih sedikitnya jumlah UMKM yang mengaplikasikan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya lebih dari 1 tahun dan data hanya dikumpulkan dari wilayah DIY saja. Penelitian berikutnya dapat memperluas cakupan populasi dengan menyertakan provinsi lain sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang kinerja UMKM pada umumnya dan UMKM industri kreatif pada khususnya.

REFERENSI

- Andini, M., Djaelani, A. K., & Millaningtyas, R. (2021). Pengaruh pemanfaatan teknologi, kreativitas, dan inovasi terhadap kinerja UMKM Himpunan Pengusaha Kecil dan Mikro Indonesia di Banjarmasin (Studi kasus pada sektor kuliner di masa Covid-19). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(03), 91-101.

- Arifah, A. N., Azizah, L. N., & Indriasih, D. (2022). Pengaruh penerapan akuntansi pertanggungjawaban, komitmen organisasi, dan kompetensi terhadap kinerja manajerial. *Manajemen*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.107>
- CIMB Niaga. (2024). Ingin memulai bisnis? Intip ide jenis industri kreatif ini. Diakses pada tanggal 5 September 2024. <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/14-jenis-industri-kreatif-yang-menjanjikan>
- Dataku DIY. (2023). Aplikasi Dataku Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah DIY - UMKM (jogjaprov.go.id)
- Dataku DIY. (2024). Aplikasi Dataku Daerah Istimewa Yogyakarta. Daerah DIY - UMKM (jogjaprov.go.id)
- Fitrah, M. N., & Yuliati, Y. (2023). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap efektivitas kinerJA UMKM di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 91-101.
- Fitriani, S., Medinah, M., & Linarti, U. (2020). Pengaruh faktor-faktor lingkungan eksternal yang menghambat penggunaan e-commerce pada UMKM kerajinan di kota Yogyakarta. *Journal of Industrial and Engineering System*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.31599/jies.v1i2.317>
- Frinaldi, A., Sinaga, A., & Ananda, B. R. (2023). Pengaruh budaya organisasi dalam pengembangan manfaat TMMD di Provinsi Sumatera Barat. *Ensiklopedia Education Review*, 5(2), 178-185.
- Hoiron, M., Wahyudi, E., & Puspitaningtyas, Z. (2019). Pengaruh kapabilitas pemasaran, keunggulan bersaing, dan budaya organisasi terhadap kinerja UKM (usaha kecil dan menengah) di Kabupaten Lumajang. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 37–53. <https://doi.org/10.37849/midi.v18i1.108>
- Hutabarat, M. I. (2020). Penerapan akuntansi pertanggungjawaban sebagai alat evaluasi kinerja PT Gunung Selamat Lestari Labuhan Batu Selatan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 5(3), 55–67.
- Išoraitė, M., & Miniotienė, N. (2018). Electronic commerce: Theory and practice. *IJBE: Integrated Journal of Business and Economics*, 2(2), 73-79.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
- Karyati, I. P. (2019). E-commerce untuk UMKM dan pertumbuhan ekonomi Indonesia. <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-ebe6e220/>
- Lestari, D. A., Savitri, E., & Natariasari, R. (2021). Kinerja UMKM ditinjau dari budaya organisasi, orientasi kewirausahaan, manajemen kualitas total, dan modal sosial. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 2(2), 217-238.
- Limanseto, H. (2022, October 1). Perkembangan UMKM sebagai critical engine perekonomian nasional terus mendapatkan dukungan pemerintah. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Nugroho, W. S. (2019). Industri kreatif di Yogyakarta harus melek teknologi. <https://jogja.tribunnews.com/2019/10/02/industri-kreatif-di-yogyakarta-harus-meleg-teknologi>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. 2d ed. McGraw-Hill.
- Nursetiana, N., Hanifah, I. A., & Ismawati, I. (2022). The effect of business strategy, innovation, organizational culture on the performance of micro small medium enterprises (msmes)

moderated by financial literature. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4416–4426. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1685>

Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (Pemda DIY). (2019). *DPR RI tertarik pada perkembangan ekonomi kreatif*. Portal Resmi - Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta (jogjaprov.go.id)

Prasetyo, A., Ashoer, M., Hutahaean, J., Simarmata, J., Samosir, R. S., Nugraha, H., Jamaludin, Harmayani, Putra, H. S., Irdawati, Ardiana, D. P. Y., & Purba, B., Manullang, S. O. (2021). *Konsep dasar e-commerce*. Yayasan Kita Menulis.

Prasetyo, E., & Farida, F. (2022). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi, budaya organisasi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 370–383. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.102>

Pratiwi, W., & Kartika, A. A. (2019). Pengaruh akuntansi pertanggungjawaban, komitmen organisasi, dan partisipasi anggaran terhadap kinerja manajerial. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 22(1), 50–60. <https://doi.org/10.35591/whn.v22i1.149>

Putri, G. A. M., Fauzi, A., Saputra, F., Danaya, B. P., & Puspitasari, D. (2023). Pengaruh pengembangan karier, budaya organisasi, dan beban kerja terhadap kepuasan kerja karyawan (literature review MSDM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 99-110.

Safitri, A., & Kuntadi, C. (2023). Dampak budaya organisasi, beban kerja, dan disiplin kerja terhadap produktivitas kerja. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1(6), 130-140.

Sarastyarini, N. M. W., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh e-commerce dan efektivitas kerja pengguna terhadap kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah di denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 1880. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p09>

Sari, I. A., & Amalia, M. M. (2019). The effect of responsibility accounting and strategy implementation on organizational performance. *Sustainable Business Accounting and Management Review*, 1(1), 11-18.

Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership* (2nd ed). Jossey-Bass.

Setiawan, Z., Jauhar, N., Putera, D. A., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F., & Rukmana, A. Y. (2023). *Kewirausahaan digital*. Global Eksekutif Teknologi.

Setiawati, E., Diana, N., & Mawardi, M. C. (2021). Pengaruh e-commerce, pengetahuan akuntansi dan budaya organisasi terhadap kinerja UMKM di kota Malang. *e-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(07), 13–24.

Suharsono, B. (2022). Data statistik sektoral perencanaan dan pengendalian profil UMKM DIY. www.bappeda.jogjaprov.co.id

Ties. (2021, Desember 30). Tinggi potensi ekonomi kreatif di Yogyakarta. *Jogjaaja*. <https://jogjaaja.com/read/tinggi-potensi-ekonomi-kreatif-di-yogyakarta>

Wahyuni, S., Nugroho, W. S., Purwantini, A. H., & Khikmah, S. N. (2021). Pengaruh e-commerce, budaya organisasi, penggunaan sistem informasi akuntansi dan literasi keuangan terhadap kinerja umkm di kota magelang. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Univeristas Tidar 2021. Geliat Investasi Dalam Pusaran Pandemi: Membaca Celah Pemulihan Ekonomi Nasional Di Era New Normal*: 287–300, Magelang, 27 September 2021.