
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENERAPAN DIGITALISASI PADA MANAJEMEN USAHA BAGI PELAKU UMKM

Oleh :

Rahmad Kurniawan

Universitas Merdeka Malang, Indonesia,

Email: rahmad.kurniawan@unmer.ac.id

Azizatur Rosyida

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia,

Email: azizaturrosyida18@gmail.com

Smita Catur Sudyantara

Universitas Merdeka Malang, Indonesia,

Email: smita.sudyantara@unmer.ac.id

Article Info

Article History :

Received 16 Nov - 2022

Accepted 25 Nov - 2022

Available Online

30 Nov – 2022

Abstract

Along with the times, many new MSMEs have emerged, where many people who have experienced termination of employment have flocked to open their own businesses to be able to survive in the midst of the Covid-19 pandemic outbreak that hit. With the emergence of new MSMEs, old MSMEs are increasingly aggressive in competing in the trade market. Many factors influence the application of digitalization in business management for MSME actors. This study used a quantitative approach with a total sample of 20. The results of the research obtained are: 1) Factors of technological progress affect the application of digitalization in business management for MSME actors. 2) The factor of the desire of MSME owners to advance their business affects the application of digitalization in business management for MSME actors. 3) The desire to accelerate services to the implementation of digitalization in business management for MSME actors. 4) The factor of facilitating services and transactions to the application of digitalization in business management for MSME actors. 5) Factors of technological progress, factors of the desire of MSME owners to advance the business, factors of wanting to speed up services, factors of facilitating services and transactions to the application of digitalization in business management for MSME actors. The desire to speed up service factor was the factor that had the most influence in this study compared to other factors

Keyword :

Digitization; business management; and MSMEs

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang lebih dikenal dengan nama UMKM merupakan nama yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat Indonesia. Banyak masyarakat Indonesia memahami makna UMKM adalah unit usaha kecil akan tetapi arti UMKM sebenarnya bukanlah yang sedemikian. Menurut Rudjito, UMKM merupakan usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Mengapa demikian? Karena dengan adanya UMKM memunculkan lapangan kerja baru serta dapat meningkatkan devisa negara dengan adanya pajak usaha. (Ariyanto & Dkk, 2021).

Menurut (Adi, 2012), UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200.000.000,- di mana tanah dan bangunan tempat usaha tidak diperhitungkan. Sedangkan menurut Ina Primiana, UMKM adalah pengembangan wilayah andalan untuk mempercepat perekonomian memulih guna sebagai wadah program yang di prioritaskan, pengembangan berbagai sektor yang berpotensi pula. Sedangkan UMKM menurut UU No. 20 Tahun 2008 adalah usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-undang

(Pemerintah RI, 2008). Perekonomian di Indonesia dipengaruhi serta berkontribusi begitu besar berasal dari UMKM yang ada. Sehingga adanya UMKM dikalangan masyarakat dapat meningkatkan perekonomian negara.(Soleha, 2020)

Sepertihalnya ketika terjadi krisis financial Asia yang melanda pada tahun 1998 banyak bisnis elite besar pasar internasional seperti ekspor impor memperoleh dampak yang sangat buruk. Berbeda halnya dengan UMKM, perekonomian masyarakat terselamatkan berkat adanya UMKM, mengapa sedemikian? Karena konsumen UMKM sebagian besar dari masyarakat menengah kebawah yang berskala kecil sehingga perputarannya dapat menyelamatkan perekonomian.(Ariyanto & Dkk, 2021)

Hal yang sedemikian rupa terjadi kembali 4 tahun terakhir dimana terjadi pandemi covid-19 di Indonesia bahkan seluruh belahan dunia yang mengakibatkan perekonomian semakin terpuruk. Banyak bisnis-bisnis besar sampai kecil seperti UMKM memperoleh dampak dari adanya pandemi covid-19. Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo) mencatat bahwa sekitar tiga puluh juta UMKM atau 47% dari UMKM di Indonesia mengalami kebangkrutan dalam kurun waktu selama satu tahun pandemi. Rata-rata UMKM hanya bisa bertahan selama 2-3 bulan sejak awal pandemic (Farhani & Chaniago, 2021). Bahkan banyak orang yang awalnya memiliki pekerjaan menjadi pengangguran karena terjadinya pandemi covid-19, banyak pengurangan pegawai, banyak pemutusan hubungan kerja dan lainnya. Sehingga banyak pengangguran yang mana harus pandai-pandai dalam mencari peluang untuk tetap dapat bertahan hidup. UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan. Bahkan berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) terkait dampak pandemi terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro kecil ini sudah mengurangi tenaga kerjanya.(Ariyanto, 2020)

Terjadinya pandemi covid-19 memiliki dampak negatif maupun positif bagi masyarakat Indonesia. Bagi masyarakat yang menyikapi serta berpikiran negatif akan menimbulkan tekanan mental yang berat

sehingga timbul masalah baru seperti tingkat kriminalitas meningkat, kasus kekerasan dalam rumah tangga meningkat bahkan kasus perceraian meningkat pula. Berbeda halnya dengan masyarakat yang menyikapi dengan positif pasti dapat menghadapi situasi yang sedemikian bahkan dapat memunculkan ide-ide kreatif untuk memerangi kondisi yang sulit ini. Seperti terahirnya UMKM-UMKM baru yang mampu menarik minat konsumen dari kalangan masyarakat sehingga dapat memerangi kondisi yang kritis akibat pandemi covid-19.

Seiring perkembangan zaman banyak bermunculan UMKM-UMKM baru yang mana banyak orang yang mengalami pemutusan hubungan kerja berbondong-bondong beralih menjadi membuka bisnis sendiri untuk dapat bertahan hidup ditengah wabah pandemi covid-19 yang melanda. Dengan bermunculannya UMKM-UMKM baru membuat UMKM lama semakin gencar dalam bersaing dalam pasar perdagangan.

Berbagai macam yang dapat dilakukan oleh UMKM dalam menarik minat para konsumennya seperti pembuatan iklan yang semenarik mungkin, meningkatkan kualitas produknya, meningkatkan layanannya, membuat inovasi baru dan lain sebagainya. Jika di zaman era globalisasi seperti ini bila pembisnis pemilik UMKM tidak pandai-pandai dalam berinovasi pasti akan terbelakang bahkan kemungkinan terburuk usaha yang dimiliki akan gulung tikar atau bangkrut.

Seperti yang dapat kita lihat saat ini banyak UMKM yang memasarkan produknya memanfaatkan teknologi yang semakin hari semakin canggih ini yaitu model pemasaran berbasis digital. (Ukur & Ginting, 2020). Sepertihalnya munculnya pemasaran berbasis digital melalui media sosial whatsapp, facebook, instagram, tiktok shop, e-commerce dan lain sebagainya. Dalam penerapan digitalisasi bagi pelaku UMKM memerlukan persiapan yang sangat baik seperti pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan sebagainya.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM, 2022), tingkat kesuksesan UMKM di Indonesia dalam menjual produknya melalui platform digital masih sangat rendah, yakni

hanya 4%- 10%. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki sangat penting dan strategis, karena eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan alasan jumlah industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi; potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan. Hal yang terjadi tersebut dapat disebabkan karena banyak kendala-kendala dalam penerapan digitalisasi bagi pemilik UMKM seperti, terkendala usia yang tidak muda lagi dapat memperlambat penggunaan digitalisasi dikarenakan susah dalam memahami, kurangnya pengetahuan seperti manajemen keuangan, organisasi, penguasaan teknologi, cara pemasarannya dan masih banyak lagi.

Menjalankan suatu usaha harus memiliki salah satu SDM yang mampu dituntut untuk memiliki kemampuan guna menganalisis dan menggunakan informasi akuntansi. Menurut (Christmastuti, A. A., & Nugroho, 2019), ukuran bisnis juga ditentukan oleh persepsi kegunaan laporan keuangan, semakin besar proses pencatatan bisnis, transaksi, dan aktivitas, semakin banyak laporan keuangan yang diperlukan. Perkembangan teknologi yang mengarah ke serba digital membawa berbagai dampak positif bagi keberlangsungan kehidupan masyarakat, seperti mempermudah akses informasi menjadi lebih cepat dan efisien serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (Dewi, Luh Indah Wimala; Hilendri, Baiq Anggun; Kartikasari, 2022).

Menurut (Deegan, 2002), digitalisasi merupakan proses konversi dari segala bentuk dokumen tercetak atau yang lain ke dalam penyajian digital sehingga dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui komputer atau smartphone. Dengan diterapkannya digitalisasi informasi akuntansi, pemilik UMKM akan dapat melakukan pengecekan data keuangan dan rekening kapan saja melalui smartphone, bahkan komunikasi antara klien UMKM untuk saat ini belum mampu sepenuhnya memanfaatkan penggunaan teknologi. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi pelaku UMKM di Indonesia dalam mengupayakan agar usahanya dapat berkembang lebih maju dan tidak kalah bersaing dengan usaha lainnya.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM seperti faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor ingin mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi serta masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhi penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Akan tetapi dalam penelitian ini peneliti menetapkan variabel independen yaitu faktor kemajuan teknologi (X1), faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha (X2), faktor keinginan mempercepat layanan (X3), faktor memudahkan layanan dan transaksi (X4) sedangkan variabel independen adalah penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Digitalisasi

Digitalisasi merupakan sebuah perubahan cara dalam penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi agar lebih efektif dan efisien Danuri dalam (Farhani & Chaniago, 2021). Digitalisasi juga merujuk pada suatu proses perubahan ke masa depan (*irreversible change*) yang didasari pada penggunaan teknologi informasi dan komunikasi secara signifikan untuk memberikan nilai tambah bagi organisasi dan korporasi. Beberapa usaha sukses karena kemampuan ICT yang dimiliki oleh pendirinya seperti: Microsoft oleh Bill Gates, Alibaba oleh Jack Ma, Traveloka oleh Ferry Unardi, Tokopedia oleh William Tanuwijaya, Bukalapak oleh Achmad Zaky dan lainnya. Transformasi digital menuntut perubahan secara radikal dari proses bisnis konvensional menjadi proses bisnis digital. Transformasi digital juga merupakan salah satu cara untuk beradaptasi secara fleksibel menghadapi perubahan di masyarakat Hadiono dalam (Farhani & Chaniago, 2021).

Teori Manajemen Usaha

Menurut (Wibowo, 2014) tahapan persiapan menjalankan manajemen usaha bagi pelaku usaha yaitu sebagai berikut.

a. Identifikasi Peluang Bisnis

Perencanaan usaha sangat penting bagi para wirausahawan baru. Hal tersebut akan

menentukan persiapan yang matang untuk terjun secara totalitas dalam menggeluti dunia bisnis dengan resikonya. Setelah perencanaan usaha selesai dibuat, calon pengusaha harus melakukan studi kelayakan bisnis untuk menilai apakah bisnis tersebut layak dilaksanakan dilihat dari beberapa perspektif. Studi kelayakan usaha yang dipersiapkan terdiri dari:

b. Studi Manajemen

Seluruh sumberdaya manusia yang terlibat dalam bisnis/usaha yang dijalankan harus dipersiapkan dengan baik. Banyak usaha gagal karena kita tidak dapat mengelola usaha melalui orang lain yang kita kontrol. Bagaimana dengan karyawan, siapa yang mengelola usaha tersebut, serta bagaimana kemampuan masing-masing SDM dalam mengelola unit usaha yang dijalankan. Dalam pemeliharaan SDM juga perlu pertimbangan selain kapasitas perorangan, juga apakah masing-masing jenis pekerjaan disesuaikan dengan kompetensi ilmu setiap karyawan atau semua bidang ilmu dapat melaksanakan jenis pekerjaan yang dibebankan. Tentu saja semakin tinggi tingkat pendidikan karyawan juga mensyaratkan gaji/upah yang tinggi pula.

c. Studi Pasar

Studi pasar meliputi studi mengenai konsumen. Apakah konsumen yang menjadi pasar sasaran produk/jasa yang akan dijalankan masih terbuka luas dan cukup banyak, apakah pasar sasaran produk/ jasa yang akan dijalankan hanya melayani segmen tertentu saja, atau bahkan melayani semua segmen.

d. Studi Modal

Studi mengenai modal meliputi dari mana sumberdana usaha berasal. Apakah 100% modal pemilik, apakah hutang (bank, pihak lain), atautkah kerjasama dengan pihak lain. Demikian pula dengan besarnya modal yang digunakan untuk membuka usaha, apakah diperlukan modal yang sangat besar, sedang, atautkah cukup dengan modal kecil. Setelah mengetahui seberapa besar modal yang diperlukan, baru ditentukan apakah modal tersebut cukup didanai dari modal pemilik saja atautkah perlu meminjam dari pihak lain.

e. Studi Persaingan

Studi mengenai persaingan meliputi analisis competitor yang juga bermain di lahan yang sama.

Teori Digitalisasi Manajemen UMKM

Digitalisasi manajemen UMKM yaitu sebuah perubahan cara dalam penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi agar lebih efektif dan efisien pada UMKM Danuri dalam (Farhani & Chaniago, 2021). Dalam penerapan digitalisasi Manajemen pastinya memiliki garis besar yang harus diperhatikan dalam menjalankan UMKM. Garis besar dalam manajemen UMKM meliputi empat aspek sebagai berikut.

- a. Keuangan, di mana pengelolaan keuangan usaha mereka masih sangat sederhana bahkan masih belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi.
- b. Produksi/operasional, dalam perkembangannya mereka mengalami berbagai kendala teknis dan teknologi sehingga harga bahan baku yang tinggi sementara harga jual yang relatif rendah karena daya beli masyarakat juga rendah.
- c. Pemasaran, lingkup pemasaran usaha masih sangat terbatas di lingkungannya sendiri. Permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan daya beli masyarakat yang sangat rendah sehingga harga jual produk mereka juga rendah.
- d. Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia UMKM belum memanfaatkan teknologi dan kreativitas kurang.

Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara dari peneliti terhadap hasil penelitian yang dilakukan,(Arikunto, 2012). Dalam penelitian kuantitatif yang berbentuk pengaruh hanya memiliki dugaan sementara yaitu berpengaruh (H_a) dan tidak berpengaruh (H_0), adapun hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Faktor kemajuan teknologi (X_1) terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).

H_a = faktor kemajuan teknologi berpengaruh terhadap digitalisasi

- manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM.
- H_0 = faktor kemajuan teknologi tidak berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM
- b. Faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha (X2) terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).
- H_a = Faktor keinginan pemilik UMKM berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM.
- H_0 = Faktor keinginan pemilik UMKM tidak berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM
- c. Faktor keinginan mempercepat layanan (X3) terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).
- H_a = Faktor keinginan mempercepat layanan berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM.
- H_0 = Faktor keinginan mempercepat layanan tidak berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM
- d. Faktor memudahkan layanan dan transaksi (X4) terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).
- H_a = Faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM.
- H_0 = Faktor memudahkan layanan dan transaksi tidak berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM
- e. Faktor Faktor kemajuan teknologi (X1), faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha (X2), faktor keinginan mempercepat layanan (X3) dan faktor memudahkan layanan dan transaksi (X4)

terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Y).

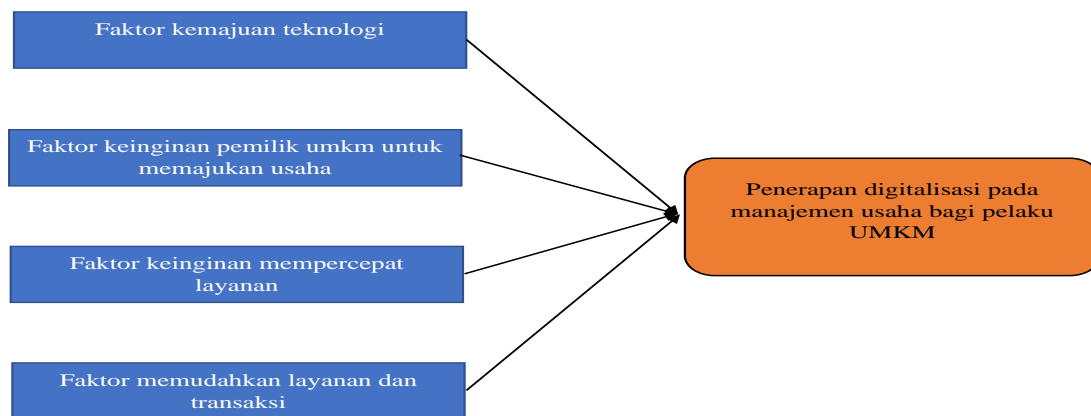
H_a = Faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan dan faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM.

H_0 = Faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan dan faktor memudahkan layanan dan transaksi tidak berpengaruh terhadap digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku usaha UMKM

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan observasi. (Lestari, 2015) Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. (Martono, 2013) Teknik sampel dilakukan secara purposif dengan pertimbangan atau kriteria tertentu diperoleh jumlah sampel sebanyak 20 (Sugiyono, 2013).

Adapun kriterianya yaitu: a. aktivitas usahanya tidak tertata dengan baik dalam hal itu disebabkan karena usaha tidak memakai fasilitas/ sarana yang telah disediakan dalam sektor formal, b. Pola dari jam kerja maupun tempat kerjanya kegiatan tersebut tidak terstruktur, c. Tidak memiliki perizinan usaha pada unit usahanya, d. Pada usaha ini modal maupun putarannya dinilai relatif kecil dengan begitu skala dari operasinya pun akan relatif kecil (Mulyadi, 2013). Adapun gambaran analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1.1 Analisis data penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah skor untuk tiap variabel distribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal maka analisis datanya menggunakan statistika

parametris namun jika data tidak normal maka analisis datanya menggunakan statistika nonparametris. Untuk uji asumsi normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (Sugiyono, 2013). Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* variabel X1, X2, X3, X4 dan Y adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1

Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* variabel X1, X2, X3, X4 dan Y

		X1	X2	X3	X4	Y
N		20	20	20	20	20
Normal	Mean	22,05	22,25	24,80	22,70	23,10
Parameter	Std. Deviation	4,763	4,552	3,037	4,001	3,024
s^{ab}						
Most	Absolute	0,102	0,100	0,116	0,130	0,156
Extreme	Positive	0,102	0,100	0,104	0,130	0,156
Difference	Negative	-0,096	-0,081	-0,116	-0,120	-0,101
s						
Test Statistic		0,102	0,100	0,116	0,130	0,156
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{cd}	.200 ^{cd}	.200 ^{cd}	.200 ^{cd}	.200 ^{cd}
a. Test distribution is Normal.						
b. Calculated from data.						
c. Lilliefors Significance Correction.						
d. This is a lower bound of the true significance.						

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 1.1 didapat setiap variabel sebagai berikut:

a) Variabel X1 nilai *Asymp. Sig* 0,200 yang mana nilai *Asymp. Sig* 0,200 > 0,05 kesimpulan terima H0 tolak H1, maka data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi

pernyataan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

b) Variabel X2 nilai *Asymp. Sig* 0,200 yang mana nilai *Asymp. Sig* 0,200 > 0,05 kesimpulan terima H0 tolak H1, maka data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi pernyataan normalitas dalam model regresi terpenuhi.

- c) Variabel X3 nilai *Asymp. Sig* 0,200 yang mana nilai *Asymp. Sig* 0,200 > 0,05 kesimpulan terima H0 tolak H1, maka data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi pernyataan normalitas dalam model regresi terpenuhi.
- d) Variabel X4 nilai *Asymp. Sig* 0,200 yang mana nilai *Asymp. Sig* 0,200 > 0,05 kesimpulan terima H0 tolak H1, maka data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi pernyataan normalitas dalam model regresi terpenuhi.
- e) Variabel Y nilai *Asymp. Sig* 0,200 yang mana nilai *Asymp. Sig* 0,200 > 0,05 kesimpulan terima H0 tolak H1,

maka data tersebut berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi pernyataan normalitas dalam model regresi terpenuhi

2) Uji linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah ada hubungan secara langsung antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) serta untuk mengetahui apakah ada perubahan pada variabel X diikuti dengan perubahan variabel Y. (Hadi, 2004). Hasil statistika uji linieritas variabel X1, X2, X3, X4 dan Y adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Uji Linieritas X1 dan Y

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y* X1	Between Groups	(Combined)	154,633	12	12,886	4,706	0,024
		Linearity	81,927	1	81,927	29,921	0,001
		Deviation from Linearity	72,706	11	6,610	2,414	0,126
	Within Groups	19,167	7	2,738			
Total			173,800	19			

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai pembilang 1 dan penyebut 11 didapat f tabel 1.2 dan f hitung 2,414. Jadi f hitung 2,414 < f

tabel 4,84 linier dan nilai sig 0,126 > alpha 0.05, kesimpulannya terima H0 tolak H1 maka Ada hubungan linier antara X1 dan Y.

Tabel 1.3

Uji Linieritas X2 dan Y

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y* X2	Between Groups	(Combined)	155,967	12	12,997	5,102	0,020
		Linearity	83,663	1	83,663	32,840	0,001
		Deviation from Linearity	72,304	11	6,573	2,580	0,109
	Within Groups	17,833	7	2,548			
Total			173,800	19			

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai pembilang 1 dan penyebut 11 didapat f tabel 1.3 dan f hitung 2,580. Jadi f hitung 2,580 < f

tabel 4,84 linier dan nilai sig 0,109 > alpha 0.05, kesimpulannya terima H0 tolak H1, maka Ada hubungan linier antara X2 dan Y.

Tabel 1.4
Uji Linieritas X3 dan Y

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y* X3	Between Groups	(Combined)	128,633	10	12,863	2,563	0,086
		Linearity	101,573	1	101,573	20,240	0,001
		Deviation from Linearity	27,061	9	3,007	0,599	0,771
Within Groups			45,167	9	5,019		
Total			173,800	19			

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai pembilang 1 dan penyebut 9 didapat f tabel 1.4 dan f hitung 0,599. Jadi $f_{hitung} < f_{tabel}$

tabel 5,12 linier dan nilai sig 0,771 > alpha 0.05, kesimpulannya terima H0 tolak H1, maka Ada hubungan linier antara X3 dan Y.

Tabel 1.5
Uji Linieritas X4 dan Y

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y* X4	Between Groups	(Combined)	123,133	9	13,681	2,700	0,069
		Linearity	96,800	1	96,800	19,105	0,001
		Deviation from Linearity	26,333	8	3,292	0,650	0,723
Within Groups			50,667	10	5,067		
Total			173,800	19			

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai pembilang 1 dan penyebut 8 didapat f tabel 1.5 dan f hitung 0,650. Jadi $f_{hitung} < f_{tabel}$ 4,84 linier dan nilai sig 0,061 > alpha 0.05, kesimpulannya terima H0 tolak H1, maka Ada hubungan linier

antara X4 dan Y.

b. Analisis Penelitian

1) Pengaruh Faktor Kemajuan Teknologi Terhadap Penerapan Digitalisasi Pada Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM

Tabel 1.6
Hasil Regresi Sederhana X1 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,486	2,452		5,499	0,000
	X1	0,436	0,109	0,687	4,006	0,001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel *coefficients* di atas, pada kolom B diperoleh konstanta $b_0 = 13,486$, koefisien regresi $b_1 = 0,436$. Sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah $\hat{Y} = 13,486 + 0,436X_1$. Berdasarkan hasil diperoleh $t_1 = 4,006$; db = 18; sig. 0,001 < 0,05

atau H0 ditolak H1 diterima dengan demikian, faktor kemajuan teknologi berpengaruh signifikan terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Danuri dalam (Farhani & Chaniago,

2021) bahwa digitalisasi merupakan sebuah perubahan cara dalam penanganan sebuah pekerjaan dengan menggunakan teknologi informasi agar lebih efektif dan efisien. Sebagaimana hasil penelitian tersebut

dapat dilihat pada tabel dibawah ini seberapa besar faktor kemajuan teknologi memberikan pengaruh terhadap penerapan manajemen usaha bagi pelaku UMKM.

Tabel 1.7
Model Summary X1 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 ^a	0,471	0,442	2,259

Berdasarkan tabel 1.7 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,471. Nilai tersebut menggambarkan seberapa besar pengaruh faktor kemajuan teknologi, terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sama artinya dengan 47,1% faktor kemajuan teknologi berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM.

Sedangkan 52,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

2) Pengaruh Faktor Keinginan Pemilik UMKM Untuk Memajukan Usaha Terhadap Penerapan Digitalisasi Pada Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM

Tabel 1.8
Hasil Regresi Sederhana X2 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,844	2,559		5,020	0,000
	X2	0,461	0,113	0,694	4,087	0,001

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel *coefficients* di atas, pada kolom B diperoleh konstanta $b_0 = 12,844$, koefisien regresi $b_2 = 0,461$. Sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah $\hat{Y} = 12,844 + 0,461X_2$. Berdasarkan hasil tabel 1.8, diperoleh $t_2 = 4,087$, $df = 18$, $sig. 0,001 < 0,05$ atau H_0 ditolak H_1 diterima. dengan demikian, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha berpengaruh signifikan terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Hal yang

sedemikian sama artinya bahwa keinginan pemilik usaha berasal dari faktor intern yaitu dari dalam yang mana sejalan dengan penelitian Febi Saprianto yang mana keinginan pemilik motivasi yang dimiliki oleh pemilik. (Saprianto, 2020). Sebagaimana hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini seberapa besar faktor Keinginan Pemilik UMKM Untuk Memajukan Usaha memberikan pengaruh terhadap penerapan manajemen usaha bagi pelaku UMKM

Tabel 1.9
Model Summary X2 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 ^a	0,481	0,453	2,238

a. Predictors: (Constant), X2

Berdasarkan tabel 1.9 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,481. Nilai tersebut menggambarkan seberapa besar pengaruh faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sama artinya dengan 48,1% faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha berpengaruh terhadap

penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sedangkan 51,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3) Pengaruh Faktor Keinginan Mempercepat Layanan Terhadap Penerapan Digitalisasi Pada Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM

Tabel 1.10

Hasil Regresi Sederhana X3 Terhadap Y

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4,217	3,780		1,116	0,279
	X3	0,761	0,151	0,764	5,031	0,000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel *coefficients* di atas, pada kolom B diperoleh konstanta $b_0 = 4,217$, koefisien regresi $b_3 = 0,761$. Sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah $\hat{Y} = 4,217 + 0,761X_3$. Berdasarkan hasil tabel 4.41, diperoleh $t_1 = 5,031$, db = 18, sig. $0,000 < 0,05$ atau H_0 ditolak H_1 diterima. dengan demikian, faktor keinginan mempercepat layanan berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Hal yang sedemikian sama artinya bahwa keinginan mempercepat layanan merupakan sarana-dan prasarana yang

dibutuhkan dalam suatu UMKM sesuai dengan penelitian Wimala Dewi bahwasannya sarana dan prasarana termasuk dalam faktor yang mempengaruhi penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Dewi, Luh Indah Wimala; Hilendri, Baiq Anggun; Kartikasari, 2022). Sebagaimana hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini seberapa besar faktor Keinginan mempercepat layanan memberikan pengaruh terhadap penerapan manajemen usaha bagi pelaku UMKM

Tabel 1.11

Model Summary X3 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	0,584	0,561	2,003

a. Predictors: (Constant), X3

Berdasarkan tabel 1.11 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,584. Nilai tersebut menggambarkan seberapa besar pengaruh faktor keinginan mempercepat layanan terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM.. Sama artinya dengan 58,4% faktor keinginan mempercepat layanan berpengaruh terhadap penerapan

digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sedangkan 41,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4) Pengaruh Faktor Memudahkan Layanan Dan Transaksi Terhadap Penerapan Digitalisasi Pada

Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM

Tabel 1.12
Hasil Regresi Sederhana X4 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,295	2,731		3,769	0,001
	X4	0,564	0,119	0,746	4,757	0,000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel *coefficients* di atas, pada kolom B diperoleh konstanta $b_0 = 10,295$, koefisien regresi $b_4 = 0,564$. Sehingga persamaan regresi linear sederhana adalah $\hat{Y} = 10,295 + 0,564X_4$. Berdasarkan hasil tabel 4.41, diperoleh $t_1 = 4,757$ db = 18, sig. $0,000 < 0,05$ atau H_0 ditolak H_1 diterima. dengan demikian, faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Hal yang sedemikian sama artinya bahwa faktor keinginan memudahkan layanan dan transaksi merupakan sarana dan

prasarana yang dibutuhkan dalam suatu UMKM sesuai dengan penelitian Wimala Dewi bahwasannya sarana dan prasarana termasuk dalam faktor yang mempengaruhi penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM (Dewi, Luh Indah Wimala; Hilendri, Baiq Anggun; Kartikasari, 2022). Sebagaimana hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini seberapa besar faktor keinginan memudahkan layanan dan transaksi memberikan pengaruh terhadap penerapan manajemen usaha bagi pelaku UMKM

Tabel 1.13
Model Summary X4 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	0,557	0,532	2,068

a. Predictors: (Constant), X4

Berdasarkan tabel 1.13 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,557. Nilai tersebut menggambarkan seberapa besar pengaruh faktor memudahkan layanan dan transaksi terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sama artinya dengan 55,7% faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sedangkan 44,3%

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5) Pengaruh Faktor Kemajuan Teknologi, Faktor Keinginan Pemilik UMKM Untuk Memajukan Usaha, Faktor Keinginan Mempercepat Layanan, Faktor Memudahkan Layanan Dan Transaksi Terhadap Penerapan Digitalisasi Pada Manajemen Usaha Bagi Pelaku UMKM

Tabel 1.14
Coefficients X1, X2, X3 dan X4 Terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,798	3,409		0,821	0,425
	X1	0,280	0,681	0,441	0,411	0,687
	X2	-0,270	0,741	-0,406	-0,365	0,720
	X3	0,495	0,171	0,497	2,891	0,011
	X4	0,347	0,154	0,459	2,254	0,040

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 1.14, pada kolom B diperoleh konstanta $b_0 = 2,798$, koefisien regresi $b_1 = 0,280$, $b_2 = 0,270$, $b_3 = 0,495$ dan $b_4 = 0,347$ Sehingga persamaan regresi linear ganda adalah $\hat{Y} = 2,798 + 0,280X_1 + 0,270X_2 + 0,495X_3 + 0,347X_4$. Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda di atas, jika faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk

memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi baik maka penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM semakin meningkat baik pula.

Kemudian dapat diketahui pengaruh X1, X2, X3 dan X4 terhadap Y dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.15
Anova X1, X2, X3 dan X4 Terhadap Y

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,065	4	32,266	10,819	.000 ^b
	Residual	44,735	15	2,982		
	Total	173,800	19			

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil pada tabel 1,15, diperoleh $f_{hit} = 10,819$ db $(4,15)$, dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan terima H_1 , dengan demikian faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku

UMKM. Kemudian dapat kita ketahui seberapa besar pengaruh faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *software SPSS 25.0 for windows* sebagai berikut:

Tabel 1.16
Model Summary X1, X2, X4 dan X4 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.862 ^a	0,743	0,674	1,727

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4

Berdasarkan tabel 1.16 diperoleh nilai R Square (R^2) sebesar 0,743. Nilai

tersebut menggambarkan seberapa besar pengaruh faktor kemajuan teknologi, faktor

keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sama artinya dengan 74,3% faktor kemajuan teknologi, faktor keinginan pemilik UMKM untuk memajukan usaha, faktor keinginan mempercepat layanan, faktor memudahkan layanan dan transaksi berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Sedangkan 25,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi begitu cepat, dan kemajuannya yang begitu pesat tidak dapat dihindarkan. Perangkat teknologi seperti komputer, gadget seluler, tab, dan jaringan internet sangat penting dalam digitalisasi usaha. Sistem informasi dapat dimanfaatkan oleh banyak pihak untuk mencapai keunggulan perusahaan melalui kecepatan, fleksibilitas, integrasi, dan keakuratan informasi yang dihasilkan (Gani, 2021).

Digitalisasi membuat para pelaku bisnis menjadi lebih mudah dalam mengembangkan usahanya. Sebagian besar entitas bisnis membutuhkan informasi yang cepat dan akurat. Perusahaan merupakan organisasi berorientasi pada laba yang memerlukan kecepatan dan keakuratan tinggi yang hanya dapat dipenuhi oleh perangkat teknologi, sehingga membutuhkan digitalisasi informasi akuntansi dengan menggunakan perangkat teknologi efektif dan layak digunakan untuk mendukung pekerjaan (Gani, 2021).

Hasil penelitian ini dapat kita lihat bahwa Faktor keinginan mempercepat layanan memiliki pengaruh yang lebih besar dari pada faktor-faktor yang lain dalam penelitian ini. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian (Dewi, Luh Indah Wimala; Hilendri, Baiq Anggun; Kartikasari, 2022) yang berjudul Faktor-faktor yang Memengaruhi Digitalisasi Informasi Akuntansi pada UMKM di Kota Mataram, bahwa Ketersediaan sarana dan prasarana mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap digitalisasi informasi akuntansi. Hal ini berarti bahwa, semakin baik ketersediaan sarana dan prasarana,

maka hal tersebut menyebabkan peningkatan yang signifikan terhadap digitalisasi informasi akuntansi pada UMKM di Kota Mataram. UMKM merupakan organisasi berorientasi pada laba yang memerlukan kecepatan dan keakuratan tinggi yang hanya dapat dipenuhi oleh perangkat teknologi sehingga membutuhkan digitalisasi informasi akuntansi dengan menggunakan perangkat teknologi efektif dan layak digunakan untuk mendukung pekerjaan.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor kemajuan teknologi mempengaruhi penerapan digitalisasi pada manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Faktor keinginan pemilik umkm untuk memajukan usaha berpengaruh terhadap penerapan digitalisasi pada manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Faktor keinginan mempercepat layanan terhadap penerapan digitalisasi pada manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Faktor memudahkan layanan dan transaksi terhadap penerapan digitalisasi pada manajemen usaha bagi pelaku UMKM. Faktor keinginan mempercepat layanan merupakan faktor yang memiliki pengaruh terbesar dalam penelitian ini dibandingkan faktor-faktor lainnya.

6. REFERENSI

- Adi, M. K. (2012). *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Andi Offset.
- Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Ariyanto, A., & Dkk. (2021). *Entrepreneurial Mindsets & Skills* (H. Wijaya & A. Ariyanto (eds.); 1st ed.). Insan Cendekian Mandiri.
- Christmastuti, A. A., & Nugroho, R. S. A. (2019). Accounting software for MSMEs: Organizational and personal factors based on TAM theory. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 19(1), 1–7.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The

- legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Dewi, Luh Indah Wimala; Hilendri, Baiq Anggun; Kartikasari, N. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi Digitalisasi Informasi Akuntansi pada UMKM di Kota Mataram. *Riset Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(2), 122–136.
- Farhani, I., & Chaniago, H. (2021). Faktor Penentu Transformasi Digital UMKM: Bukti dari Indonesia. *Prosiding Industrial Research Workshop ...*, 4–5. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/proceeding/article/view/2845/2224>
- Gani, A. G. (2021). Pengaruh Ukuran Organisasi Dan Keterlibatan Pengguna Terhadap Kinerja Sistem Informasi Akuntansi Dan Pt Xyz. *Jurnal Mitra Manajemen*.
- Hadi, S. (2004). *Analisis Regresi*. Andi Offset.
- KemenkopUKM. (2022). *Usaha Kecil Menengah (UKM)*.
- Lestari, D. (2015). *Penelitian Pendidikan Matematika*. PT Refika Aditama.
- Martono, N. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Press.
- Mulyadi, S. (2013). *Ekonomi Sumberdaya Manusia dalam Prespektif Pembangunan*. Rajawali Press.
- Pemerintah RI. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Saprianto, F. (2020). DILEMATIS UMKM DI ERA DIGITAL. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(1).
- Soleha, A. R. (2020). Kondisi UMKM Masa Pandemi Covid-19 Pada Pertumbuhan Ekonomi Krisis Serta Program Pemulihan Ekonomi Nasional. *Jurnal Ekombis*, 6(2), 165–178.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Ukur, S. T., & Ginting, A. (2020). Pengaruh Pemasaran Industri Umkm Di Era Digital Terhadap Tingkat Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(04), 124–129. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/365>
- Wibowo, A. (2014). *Pendidikan Kewirausahaan: Konsep dan Strategi Implementasi*. Pustaka Pelajar.