

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia. UMKM memiliki kemampuan untuk menjadi jaring pengaman ekonomi bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Dengan menyediakan berbagai jenis pekerjaan dan peluang bisnis, UMKM membantu meningkatkan taraf hidup banyak keluarga. Selain itu, mereka berperan dalam memperluas kesempatan kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya berkontribusi terhadap penurunan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. (Bakrie *et al.*, 2024)

Tabel 1.1
Jumlah UMKM tahun 2019-2023 di Kota Medan

No	Tahun	Jumlah UMKM
1.	2019	200.017 unit UMKM
2.	2020	207.850 unit UMKM
3.	2021	259.812 unit UMKM
4.	2022	264.812 unit UMKM
5.	2023	273.812 unit UMKM

Sumber: <https://umkm.depkop.go.id>

Berdasarkan data di atas, menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan UMKM terus meningkat selama lima tahun terakhir. Ini membuktikan bahwa

UMKM sebagai penopang perekonomian yang sangat penting bagi pemerintah maupun pelaku usaha, sehingga mengurangi tingkat kemiskinan terbuka di Kota Medan. (Sahputra *et al.*, 2021)

Perkembangan UMKM yang signifikan tidak hanya terjadi di tingkat nasional, namun juga di tingkat daerah. Sumatera Utara merupakan salah satu daerah dengan tingkat perekonomian yang cukup maju di Indonesia, dimana terdapat kota-kota besar yang turut memberikan kontribusi terhadap pembangunan nasional khususnya Kecamatan Medan kota. Kecamatan ini adalah salah satu pusat perekonomian di Kota Medan, UMKM di Kecamatan Medan Kota sebanyak 239 usaha. Sektor makanan dan minuman adalah sektor unggulan untuk UMKM di Kecamatan Medan Kota yaitu sebanyak 107 UMKM. Dibalik itu, para pelaku usaha perlu beradaptasi dengan perubahan ini untuk mempertahankan daya saing mereka.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pemahaman mengenai informasi akuntansi akan semakin mudah apabila dipadukan dengan kecanggihan teknologi. Penggunaan aplikasi akuntansi juga dapat meminimalisir terjadinya *fraud*. *Fraud* merupakan suatu tindakan yang bertujuan menguntungkan diri sendiri atau kelompoknya dengan cara yang tidak dibenarkan sehingga terdapat pihak lain yang dirugikan. (Danuta, 2017)

Di era digitalisasi, dalam konteks ini pengelola UMKM harus terbuka terhadap teknologi, memanfaatkan segala macam kemudahan akses untuk mempromosikan produk. Digitalisasi akuntansi merupakan proses mengelola, mencatat, dan menganalisis transaksi keuangan menggunakan teknologi digital dan perangkat lunak khusus. Digitalisasi akuntansi mengacu pada proses mengubah

metode akuntansi tradisional ke dalam format digital. Digitalisasi akuntansi di UMKM memiliki beberapa manfaat yang dapat membantu mereka bertahan dan berkembang di pasar saat ini. Manfaat lain dari digitalisasi dalam akuntansi adalah pengurangan biaya. Dengan mengotomatisasi tugas dan menyederhanakan proses, UMKM dapat mengurangi kebutuhan tenaga kerja manual dan menghemat biaya tenaga kerja serta berinovasi dalam pengambilan keputusan dalam berwirausaha (Fauzi *et al.*, 2023)

Perkembangan teknologi internet telah membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui platform digital. Salah satu manfaat dari perkembangan teknologi yang dapat dirasakan yaitu kemudahan dalam proses transaksi jual beli produk dan jasa. Inovasi baru termasuk berbelanja online melalui berbagai macam aplikasi yang sudah tersedia yang biasa kita sebut sebagai *e-commerce*. *E-commerce* atau perdagangan elektronik adalah kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan secara elektronik, terutama melalui internet. Selain itu, *e-commerce* juga telah membuka banyak peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasarnya. *E-commerce* dapat menjadi salah satu strategi pemasaran digital yang efektif bagi UMKM untuk memasarkan produk dan mengembangkan usahanya.

Melalui *e-commerce* mereka mampu meningkatkan penjualan serta mendapatkan umpan balik dari pelanggan atas pelayanan yang mereka berikan. Umpan balik dari pelanggan biasanya diberikan dalam bentuk *comment* atau pemberian bintang untuk menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan dari pemilik usaha. Dengan demikian, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas layanan untuk mencapai target penjualan yang lebih besar.

Dunia *e-commerce* terbuka lebar untuk pelaku UMKM karena saat ini bisa dikatakan tidak ada orang yang tidak memiliki *smartphone*. Berdasarkan paparan oleh kepala LIPI dalam liputan *e-commerce* memiliki manfaat bagi UMKM yaitu: 1) Menghemat waktu, 2) Bisa menjadi bisnis lintas wilayah Manfaat, 3) Bisa dilakukan tanpa modal besar, 4) Menawarkan fleksibilitas yang tinggi, 5) Bisa mengembangkan bisnis yang lebih besar (Sudarsono Sudarsono & Adhi Surya Harahap, 2024)

Usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) disebut sebagai penopang ekonomi Indonesia. Sistem perlu mempunyai tujuan yang saling berinteraksi, terintegrasi serta terpusat. sistem digital akuntansi sebagai sebuah metode untuk mendokumentasikan atau mencatat transaksi-transaksi keuangan dalam sebuah organisasi atau bisnis . Adanya metode tersebut sebagai penggembangan teknologi informasi dan sistem akuntansi membuat pengembangan bisnis menjadi lebih terarah terlebih bagi kinerja keuangannya. Dapat menghasilkan sebuah data yang akurat, relevan, tepat waktu sehingga mempermudah untuk pengambilan keputusan dan pengawasan untuk memperoleh laporan keuangan yang baik dan berkualitas (Yuscintara & Hendrani, 2022)

Memasarkan produk secara online memiliki banyak keuntungan, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan. yaitu seperti persaingan yang ketat dan tantangan dalam memasarkan produk, konsumen sering kali ragu untuk membeli produk secara online karena tidak dapat melihat atau mencoba produk secara fisik, kesalahan dalam strategi konten dapat mengakibatkan kurangnya *engagement*. Menghadapi tantangan-tantangan ini memerlukan strategi yang baik, pemahaman

yang mendalam tentang pasar, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Ketidakpastian dalam pengambilan keputusan akibat kurangnya data yang akurat adalah masalah yang sering dihadapi oleh pelaku usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Medan Kota. Data yang tidak akurat atau tidak lengkap dapat menyebabkan kesalahan dalam analisis dan pengambilan keputusan. Misalnya, data penjualan yang tidak ter *update* dapat mengarah pada keputusan yang salah tentang persediaan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan cepat menjadi sangat krusial. Dengan adanya data yang akurat dari proses akuntansi digital dan kemampuan untuk menjangkau pasar lebih luas lewat *e - commerce*, pelaku UMKM di Kecamatan Medan Kota memiliki kesempatan untuk menciptakan solusi inovatif yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Namun, banyak pelaku usaha yang masih belum memahami pentingnya penggunaan teknologi dalam bisnis mereka. Karena pelaku UMKM sering kali terjebak dalam rutinitas operasional sehari-hari dan tidak memiliki waktu untuk mengeksplorasi teknologi baru atau mengikuti pelatihan. Pelaku UMKM juga tidak memiliki akses ke program pelatihan yang memadai mengenai digitalisasi dan penggunaan teknologi. Pelatihan yang ada mungkin tidak mencakup semua aspek yang diperlukan untuk mengimplementasikan digitalisasi secara efektif serta banyak UMKM di Kecamatan Medan Kota yang tidak memiliki staf yang terlatih dalam teknologi digital. Keterbatasan ini membuat mereka kesulitan untuk mengimplementasikan dan memelihara sistem digital yang diperlukan.

Dapat disimpulkan dari banyaknya UMKM tersebut hanya beberapa dari mereka yang sudah menggunakan teknologi digital dalam transaksi jual beli, sehingga peneliti tertarik ingin melaksanakan penelitian ini. Oleh karna itu subjek penelitian ini adalah para pelaku UKM yang menggunakan digitalisasi akuntansi & e commerce dalam transaksi jual beli.

Adapun Beberapa penelitian yang telah dilakukan terkait pemanfaatan Digitalisasi Akuntansi dan *E – Commerce*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mulia Sariatul & Rayyan 2024) menunjukkan Digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan di perusahaan. Penerapan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mempercepat proses pengambilan keputusan yang berbasis data. Adapun Penelitian yang dilakukan oleh (Godwin *et al.*, 2024) hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital memberikan dampak signifikan pada UMKM, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong inovasi produk. Namun, Penelitian yang dilakukan oleh (Subagio & Saraswati, 2021) hasil penelitian menunjukkan peran *e-commerce* dan informasi keuangan tidak berpengaruh signifikan karena belum digunakan secara maksimal sehingga kurang memberikan dampak terhadap kinerja UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh (Farida *et.al.*, 2019) hasil menunjukkan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh (Armada & Rozi, 2024) hasil menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi inovasi digitalisasi dalam pemasaran memiliki keunggulan yang signifikan.

Meskipun ada beberapa penelitian yang meneliti aspek digitalisasi dan *e-commerce* secara terpisah, integrasi keduanya dalam konteks inovasi pengambilan keputusan masih jarang dieksplorasi. Meski sedikit, digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* membuka peluang bagi UMKM untuk mengelola keuangan, memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan serta inovasi dalam pengambilan keputusan. Penelitian digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* sudah dibahas oleh peneliti sebelumnya, namun hasil penelitian (Bening *et al.*, 2023) menunjukkan bahwa secara signifikan akuntansi digital termasuk penggunaan *e-commerce*, berdampak positif pada kinerja UMKM, tetapi penerapannya masih terbatas karena berbagai hambatan digitalisasi. Namun, penelitian ini tidak membahas bagaimana hal tersebut mempengaruhi inovasi dalam pengambilan keputusan strategi dan masih perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian mengenai pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap inovasi dalam pengambilan Keputusan wirausaha UMKM membantu memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk memajukan usaha mereka. Dengan mengadopsi teknologi ini, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan kinerja keuangan mereka tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan masyarakat luas. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi bagaimana digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* secara bersamaan dapat mendorong inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha di UMKM, khususnya di Medan Kota. Mengingat pentingnya kedua aspek ini dalam konteks ekonomi digital saat ini, memahami hubungan antara keduanya dapat

memberikan wawasan berharga bagi pengusaha dalam mengoptimalkan strategi bisnis mereka.

Berdasarkan uraian dari masalah yang telah dibahas, maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Akuntansi dan *E-commerce* Terhadap Inovasi Dalam Pengambilan Keputusan Wirausaha Umkm di Kecamatan Medan Kota".

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Banyak pelaku UMKM yang masih belum memahami pentingnya penggunaan teknologi dalam bisnis mereka.
2. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan sumber daya dalam implementasi digitalisasi.
3. Persaingan yang ketat dan tantangan dalam memasarkan produk online.
4. Ketidakpastian dalam pengambilan keputusan karena kurangnya data yang akurat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah digitalisasi akuntansi berpengaruh terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha pada UMKM di Kecamatan Medan Kota ?

2. Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha di Kecamatan Medan Kota ?
3. Apakah digitalisasi akuntansi & *e-commerce* berpengaruh terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota
3. Untuk mengetahui pengaruh digitalisasi akuntansi dan *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM, memberikan wawasan mengenai pentingnya digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* dalam meningkatkan efisiensi dan inovasi usaha.
2. Bagi Pemerintah Daerah, menjadi acuan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM melalui teknologi.

3. Bagi Akademis, menyumbang pengetahuan baru diharapkan dapat berguna sebagai referensi untuk mahasiswa yang melakukan penelitian serupa pada masa yang akan datang, terutama tentang pengaruh digitalisasi terhadap UMKM.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

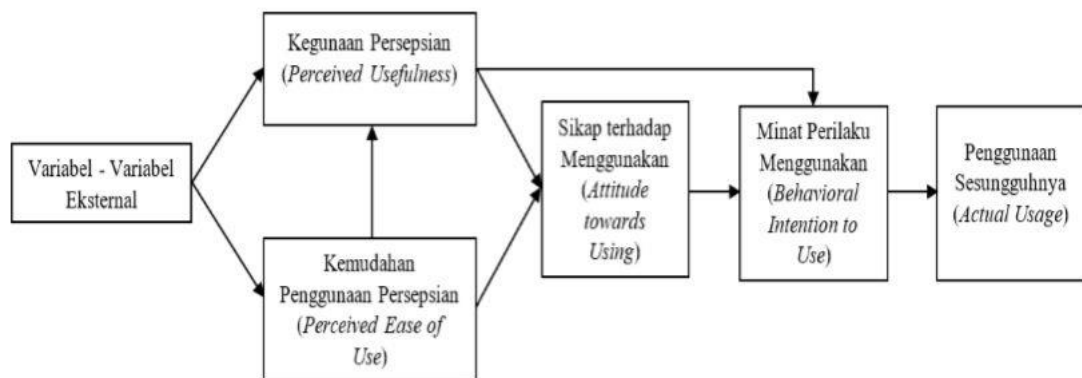
TAM (*Technology Acceptance Model*) pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami, faktor-faktor mempengaruhi diterimanya suatu penggunaan teknologi. Metode ini juga menunjukkan bagaimana pengguna dapat menerima dan menggunakan sebuah teknologi baru dengan sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk memutuskan bagaimana dan kapan pengguna akan menggunakan sistem atau aplikasi tersebut. (Fahlevi & Dewi, 2019)

Menurut Davis dalam (1996) TAM merupakan salah satu model yang dikembangkan untuk mempelajari penerimaan teknologi oleh individu yang menjelaskan bagaimana individu dapat menerima dan menggunakan teknologi, berasal dari teori tindakan beralasan. TAM meyakini bahwa penggunaan sistem informasi mampu meningkatkan kinerja individu atau organisasi, karena penggunaan sistem informasi tergolong lebih mudah tanpa perlu usaha keras untuk memakainya. Menurut (Baroto, 2020)

Menurut Davis (1989) terbukti mampu memberikan bukti kebenaran analisis secara empiris, baik pada penelitian dibidang teknologi keuangan, kesehatan, atau aplikasi kehidupan lainnya. Pada prinsipnya pada TAM terdapat dua konstruk utama yaitu persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan

penggunaan (*perceived ease of use*), yang merupakan determinan timbulnya sikap (*attitude*) dan atau minat (*behavioral intention*) penggunaan teknologi. (Asri *et al.*, 2020)

Bentuk asli dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis (1989) dapat dilihat seperti yang ada pada gambar dibawah ini



Sumber: Davis (1989) dalam Winarno, dkk (2021)

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi sangat bergantung pada niat mereka, dan niat tersebut ditentukan oleh sikap dan keyakinan mereka tentang teknologi. Model ini digunakan untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi diterimanya penggunaan teknologi dengan menggunakan lima konstruk utama yaitu *Perceived Usefulness* (Persepsi Pengguna), *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan), *Attitude Toward Using* (Sikap Terhadap Penggunaan), *Behavior Intention to Use* (Keinginan Tingkah Laku Untuk Penggunaan), dan *Actual Use* (Penggunaan Aktual). *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan untuk menjelaskan dan memprediksikan penerimaan pemakai terhadap suatu teknologi. (Ii & Teori, 2020)

Menurut Davis (1989), tujuan dasar dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah untuk memberikan penjelasan mengenai faktor yang menentukan penerimaan teknologi dan mampu menjelaskan perilaku penggunanya. Contohnya teknologi digital (baik digitalisasi akuntansi maupun *e-commerce*) hadir membantu penggunaannya dan manfaat yang dirasakan dalam proses berwirausaha (Novianti *et al.*, 2022)

TAM merupakan teori fundamental yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Teori ini sangat relevan untuk menjelaskan adopsi digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* di UMKM, dengan fokus pada persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan niat perilaku untuk menggunakan.

2.1.2 Teori Difusi Inovasi

Difusi adalah proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota suatu sistem sosial. Menurut (Rogers, 2003) dalam (Sidna wafa Almaghfiroh, 2024) difusi adalah jenis komunikasi khusus, dimana pesan-pesannya berkaitan dengan ide-ide baru (Rogers, 2003). Teori difusi inovasi yang dikembangkan Everett M Rogers dikenal luas sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Melalui buku *Diffusion of Innovation* (DOI), Teori Rogers ini hingga kini banyak dirujuk para peneliti khususnya saat membahas soal difusi inovasi (Mailin *et al.*, 2022). Adapun empat elemen utama dalam difusi inovasi:

- a. Inovasi

Sebuah inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya. Kebaruan dalam suatu inovasi tidak hanya harus melibatkan pengetahuan baru. Seseorang mungkin telah mengetahui suatu inovasi selama beberapa waktu tetapi belum mengembangkan sikap yang mendukung atau tidak mendukungnya, dan juga belum mengadopsi atau menolaknya. Kebaruan suatu inovasi dapat dinyatakan dalam bentuk pengetahuan, persuasi, atau keputusan untuk mengadopsi (Rogers, 2003). Karakteristik inovasi, seperti yang dirasakan oleh individu, membantu menjelaskan tingkat adopsi yang berbeda-beda.

- 1) Keuntungan relatif, adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik dibandingkan dengan ide yang digantikannya.
- 2) Kesesuaian, adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu, dan ketutuhan calon pengadopsi.
- 3) Kompleksitas, adalah sejauh mana suatu inovasi dianggap sulit untuk dipahami dan digunakan.
- 4) Uji Coba adalah sejauh mana suatu inovasi dapat diujicobakan secara terbatas. Ide-ide baru yang dapat dicoba secara angsuran umumnya akan lebih cepat diadopsi dibandingkan inovasi yang tidak dapat dibagi-bagi.
- 5) Observabilitas adalah sejauh mana hasil suatu inovasi terlihat oleh orang lain. Semakin mudah individu melihat hasil suatu inovasi, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengadopsinya.

b. Saluran Komunikasi Saluran komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain. Saluran media massa biasanya merupakan sarana yang paling cepat efisien untuk memberikan media massa, seperti radio, televise, surat kabar, dan sebagainya, yang memungkinkan satu atau beberapa individu menjangkau khalayak banyak. Di sisi lain, saluran interpersonal lebih efektif dalam membujuk seseorang untuk menerima suatu ide baru, terutama jika saluran interpersonal menghubungkan dua atau lebih individu yang memiliki kesamaan status social ekonomi, pendidikan, atau hal penting lainnya.

c. Waktu

Waktu terlibat dalam difusi dalam proses keputusan inovasi yang dilalui seseorang sejak pengetahuan pertama tentang suatu inovasi melalui adopsi atau penolakannya, keinovatifan individu atau unit adopsi lainnya yaitu relative cepat/lambatnya suatu inovasi diadopsi dibandingkan dengan anggota system lainnya dan tingkat inovasi adopsi suatu sistem, biasanya diukur sebagai jumlah anggota system yang mengadopsi inovasi dalam jangka waktu tertentu.

d. Sistem sosial

Sistem sosial didefinisikan sebagai sekumpulan unit yang saling terkait yang terlibat dalam pemecahan masalah bersama untuk mencapai tujuan bersama. Struktur sosial dari sistem mempengaruhi difusi inovasi dalam beberapa cara: Pengaruh norma terhadap difusi, Peran pemimpin opini dan agen perubahan, Jenis keputusan inovasi dan Konsekuensi inovasi. Masing

– masing permasalahan ini melibatkan hubungan antara sistem sosial dan proses difusi yang terjadi di dalamnya. Berikut penjelasannya:

- 1) Norma adalah pola perilaku yang ditetapkan bagi anggota suatu sistem sosial. Norma mendefinisikan serangkaian perilaku yang dapat ditoleransi dan berfungsi sebagai panduan atau standar bagi perilaku anggota sistem sosial. Norma-norma suatu sistem memberi tahu individu tentang perilaku apa yang diharapkan untuk mereka lakukan.
- 2) Kepemimpinan opini adalah sejauh mana seorang individu mampu mempengaruhi sikap atau perilaku terbuka orang lain secara informal dengan cara yang diinginkan dengan frekuensi yang relatif. Ketika sistem sosial berorientasi pada perubahan, perilaku para pemimpin juga mencerminkan norma ini. Melalui kesesuaian mereka terhadap norma-norma sistem, pemimpin opini berfungsi sebagai model bagi perilaku inovasi para pengikutnya. Dengan demikian, para pemimpin opini memberikan contoh dan mengekspresikan struktur sistem.
- 3) Jenis keputusan inovasi sistem sosial juga mempunyai pengaruh lainnya dalam penyebaran ide-ide baru.
 - a) Keputusan inovasi opsional adalah pilihan untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi yang dibuat oleh individu yang tidak bergantung pada keputusan anggota sistem lainnya.

- b) Keputusan inovasi kolektif adalah pilihan untuk mengadopsi atau menolak suatu inovasi yang dibuat berdasarkan konsesus diantara anggota suatu sistem, semua unit dalam sistem biasanya harus mematuhi keputusan sistem setelah keputusan itu dibuat.

Pada penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa teori difusi inovasi sangat relevan dengan penelitian ini & telah dipakai oleh peneliti sebelumnya karena dapat menjelaskan bagaimana suatu inovasi dapat dinyatakan dalam bentuk keputusan mengadopsi seperti halnya teknologi digital untuk mengambil keputusan wirausaha UMKM.

2.1.3 Pengertian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) membantu meningkatkan angka pertumbuhan ekonomi dan mampu menyerap jumlah tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan dapat meningkatkan dirasakan oleh masyarakat. (Khasanah, 2023)

Dalam halnya pengertian terdapat dalam peraturan perundang-undangan yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 mengenai usaha mikro, kecil, dan menengah. Pengertian menurut Undang-Undang yaitu sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang .
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi peroduktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UndangUndang. (JASMINE, 2014)

Dalam halnya kriteria yang diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

Tentang UMKM yaitu :

Tabel 2.1
Kriteria UMKM

No	Nama Usaha	Kriteria	
		Aset	Omzet
1	Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
2	Kecil	>50 juta - 500 juta	>300 juta - 2,5 miliar
3	Menengah	>500 juta - 50 miliar	>2,5 miliar - 50 miliar

Selain pertumbuhannya yang mengarah pada pertumbuhan positif dalam perekonomian, UMKM juga memiliki beberapa kendala dalam perkembangannya. Permasalahan dalam pengembangan UMKM yang diklasifikasikan diantaranya, permasalahan permodalan, sumber daya manusia, pemasaran, pengembangan produk, serta tidak keseluruhannya pelaku usaha yang *familiar* dengan pemasaran menggunakan media digital. (Destinasi *et al.*, 2006)

2.1.4 Inovasi Dalam Pengambilan Keputusan Wirausaha UMKM

Inovasi merupakan salah satu kunci utama untuk keberhasilan dan keberlanjutan dalam dunia bisnis modern. Mencakup pada penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Inovasi dalam konteks pengambilan keputusan wirausaha merujuk pada penerapan ide-ide baru dan metode yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan yang dihadapi oleh para wirausahawan. UMKM yang inovatif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu bersaing secara efektif di era digital. Inovasi ini tidak hanya mencakup pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses, strategi, dan model bisnis yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. (Inovasi *et al.*, 2024)

Faktor yang dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk melakukan inovasi, terdiri dari 2 faktor, yaitu :

- 1) Faktor internal, terdiri dari :

1. Sumber daya manusia

SDM merupakan faktor penting yang tidak dapat dilepaskan dari sebuah organisasi, baik institusi maupun perusahaan. Sumber daya manusia (SDM) adalah orang-orang yang bekerja dalam sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya

2. Keuangan

Keuangan adalah ilmu yang mempelajari pengelolaan uang dan investasi, serta segala hal yang berkaitan dengannya. Keuangan juga bisa diartikan sebagai seluk-beluk uang atau urusan uang.

3. Manajemen

Manajemen adalah proses untuk mencapai tujuan organisasi dengan mengorganisir, merencanakan, menggerakkan, dan mengawasi.

4. Teknologi

Teknologi adalah penerapan ilmu pengetahuan untuk menyelesaikan masalah praktis dalam kehidupan sehari-hari.

- 2) Faktor eksternal, terdiri dari :

- a) Pasar

Pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa.

- b) Persaingan

Persaingan adalah proses sosial di mana individu atau kelompok manusia bersaing untuk mendapatkan keuntungan, perhatian, atau tujuan yang sama.

c) Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh pemerintah untuk memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat dan mencapai tujuan tertentu.

Dengan mengadopsi praktik inovatif, UMKM tidak hanya dapat memperbaiki kinerja bisnis mereka tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan masyarakat. Inovasi berkelanjutan menjadi strategi penting untuk menghadapi tantangan global dan memastikan kelangsungan usaha di masa depan. (Vera Maria *et al.*, 2024)

Adapun Indikator-indikator inovasi pengambilan keputusan menurut (Hanifah *et al.*, 2022) harus diperhatikan oleh pelaku usaha karena hal tersebut membangun inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM yaitu :

1. Kepercayaan

Keyakinan pada sesuatu untuk menduduki jabatan tertentu karena diakui dia memiliki kemampuan dan kejujuran memikul jabatan tersebut sehingga benar-benar dapat memenuhi harapan

2. Penjualan

Kegiatan penjualan merupakan kegiatan pelengkap atau suplemen dari pembelian, untuk memungkinkan terjadinya transaksi.

3. Konstruksi perdagangan sosial

mengacu pada elemen-elemen yang membentuk dan mendefinisikan bagaimana perdagangan terjadi melalui media sosial. Konstruksi ini sering melibatkan rekomendasi, peringkat dan ulasan, serta forum dan komunitas sebagai komponen utama.

4. Ekspansi bisnis

proses pengembangan bisnis dengan memperluas cakupan operasional, meningkatkan kapasitas produksi, menjangkau pasar baru, atau memperkenalkan produk dan layanan baru. Tujuan utama dari ekspansi usaha adalah untuk meningkatkan pendapatan, memperkuat posisi kompetitif di pasar, dan mencapai pertumbuhan jangka panjang.

2.1.5 Digitalisasi Akuntansi

Digitalisasi memiliki implikasi penting bagi akuntansi dan akuntabilitas pada suatu usaha. Pemanfaatan digital dalam akuntansi keuangan dan manajemen membantu UMKM dalam menghitung, melaporkan, mengirim, dan menginterpretasikan data keuangan dengan lebih cepat, efisien, dan efektif. Digitalisasi akuntansi juga dapat meningkatkan kinerja UMKM dengan mendukung profit dan produktivitas. (Anjarwati *et al.*, 2023)

Digitalisasi akuntansi merupakan proses mengubah metode tradisional pengelolaan keuangan menjadi berbasis teknologi informasi. Akunting Digital adalah solusi akuntansi berbasis *cloud* yang memungkinkan pebisnis, khususnya SME untuk mencatat semua transaksi keuangan perusahaan, membuat laporan

keuangan, dan mengontrol bisnis secara menyeluruh. (ananda muhamad tri utama, 2022)

Sebagaimana akuntansi berperan sebagai penyedia laporan keuangan, akuntansi digital pun berpengaruh kepada wacana strategi bisnis masyarakat yang menentukan keberhasilan usaha dalam periode yang panjang kepada pelaku bisnis. Usaha Melalui sistem digital, pergerakan arus kas tersimpan secara akurat dan tercatat secara *real-time* melalui database. Pemanfaatan akuntansi digital ini sangatlah penting karena dapat memberikan peningkatan keterampilan akuntansi masyarakat dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), sehingga memudahkan masyarakat dalam mengetahui arus kas, hal ini juga mendukung masyarakat dalam kemudahan mengetahui rugi laba usaha, kewajiban pembayaran pajak, penghitungan dan pelaporan keuangan. (Maria Dinda Ayu Rosari Luruk Seran *et al.*, 2023)

Menurut (Krisdiyawatii *et al.*, 2023) indikator digitalisasi akuntansi dapat diukur melalui:

a) Otomatisasi Proses

Penerapan digitalisasi akuntansi untuk otomatisasi pencatatan transaksi, pembuatan laporan keuangan, dan proses rutin

b) Efisiensi

Peningkatan efisiensi operasional melalui pengurangan waktu dan biaya yang diperlukan untuk menyelesaikan pencatatan akuntansi

c) Transparansi

peningkatkan transparansi dalam pelaporan keuangan secara tertib dan mengurangi peluang terjadinya kecurangan.

d) Ketepatan waktu

Kemampuan untuk mengakses data keuangan secara real-time, yang digunakan untuk pengambilan keputusan

e) Integrasi Sistem

sistem informasi akuntansi dalam organisasi untuk meningkatkan koordinasi

2.1.6 *E – Commerce*

Kemajuan di bidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Penggunaan internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut kita dapat memanfaatkan suatu layanan secara on-line yang berupa *e-commerce*. *Electronic Commerce (e-commerce)* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer.(Nurhadi *et al.*, 2022)

Menurut Rahmati (2009) dalam (Waziana *et al.*, 2022) *E-commerce* singkatan dari *Electronic Commerce* yang artinya sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. *E-Commerce* ini mencakup distribusi, penjualan, pembelian, marketing dan service dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah system elektronika seperti Internet atau bentuk jaringan komputer yang lain. Berdasarkan uraian yang

disebutkan maka disimpulkan bahwa Pada dasarnya, *e-commerce* merujuk pada transaksi elektronik yang terjadi antara penjual dan pembeli melalui medium digital seperti internet. Ada beberapa jenis *e-commerce* yang umum digunakan, seperti grabfood, gofood, Shopeefood.

Dengan adanya *e-commerce* ini maka memberikan kesempatan besar bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan dan meningkatkan daya saing karena mereka dapat melakukan jual-beli secara online dengan tidak harus bertemu secara langsung antar pembeli dan penjual. Banyak platform *e-commerce* juga yang tersedia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dll. Adanya perkembangan usaha yang baru, dibutuhkan bantuan dari sistem informasi dan teknologi yang akurat dan cepat.(Yuscintara & Hendrani, 2022)

Disamping banyaknya manfaat dan peran *e-commerce* itu sendiri, tentu tidak lepas dari tantangan yang akan dihadapi pasti ada celah-celah ancaman yang ada dalam pemanfaatannya. persaingan yang ketat di dalam *e-commerce* dapat membuat bisnis sulit untuk bertahan dan berkembang. Kedua, kepercayaan konsumen terhadap bisnis online masih relatif rendah sehingga memerlukan upaya ekstra dalam membangun reputasi dan kepercayaan konsumen. Ketiga, risiko keamanan informasi dan privasi juga menjadi tantangan besar yang harus dihadapi oleh bisnis *e-commerce* (Permana *et al.*, 2023). Menurut (Wildani & Suwandi, 2022) indikator *e-commerce* dapat diukur melalui:

1. Mudah diakses

E-commerce dapat diakses kapan saja dan dimana saja. Cukup dengan gadget sudah bisa mengelola pesanan dan mengirimkannya pada pelanggan

2. Transaksi mudah dilakukan

Dengan menggunakan internet, proses jual beli dapat dilakukan dengan mudah

3. Permodalan

Lebih hemat biaya, tidak perlu menyewa tempat usaha dan tidak perlu membuka cabang penjualan

4. Transaksi aman

E-commerce menyediakan berbagai metode pembayaran yang lebih beragam dengan sistem kemanannya

2.2 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan adalah

Tabel 2. 2
Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mulia Sariatul Jannah, Rayyan Firdaus (2024)	Pengaruh digitalisasi akuntansi & <i>e-commerce</i> terhadap inovasi pengambilan keputusan di suatu perusahaan	Berdasarkan pembahasan diatas digitalisasi akuntansi memberikan data yang lebih akurat dan tepat waktu, sedangkan <i>e-commerce</i> memungkinkan perusahaan untuk lebih responsif terhadap permintaan pasar yang mendukung pengambilan

			keputusan yang lebih cepat dan inovatif.
2.	Cici Rosmala (2024)	Inovasi Akuntansi Dalam Era Digital : Strategi Peningkatan Efisiensi Laporan Keuangan	Penelitian ini telah mengungkapkan bahwa era digital telah membawa transformasi besar pada praktik akuntansi. Seperti pada salah satu <i>production house</i> yang peneliti teliti yakni <i>Katawana Production</i> , rumah produksi yang berada di Kota Serang ini telah menggunakan software akuntansi yang beroperasi di <i>cloud</i> yang memungkinkan akses data keuangan secara <i>real-time</i> , yang mana meningkatkan transparansi dan mempercepat proses pengambilan keputusan.
3.	Wilson Wijaya (2024)	Pengaruh penggunaan aplikasi <i>e-commerce</i> dan inovasi dengan pengambilan resiko sebagai mediasi pada kinerja UMKM	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, pengambilan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, <i>e-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan risiko, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan risiko, pengambilan risiko tidak memediasi hubungan <i>e-commerce</i> dengan kinerja UMKM, serta pengambilan risiko tidak memediasi

			hubungan inovasi dengan kinerja UMKM.
4.	Mohamad Rafki Nazar, Ira Ariani, Lalita Paffa Natania, Dembi Tri Al-fikri (2023)	Pengaruh era digital terhadap dunia akuntansi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa jika perusahaan dan karyawan sama-sama mempersiapkan semuanya dengan matang maka penggunaan software atau aplikasi digital ini akan terasa manfaat dan kegunaannya terhadap efektivitas kerja demi mencapai tujuan perusahaan.
5.	Nisa khafifah Nurma (2022)	Pengaruh <i>e-commerce</i> dan pengelolaan keuangan terhadap kinerja UKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>e-commerce</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UKM, pengelolaan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UKM.
6.	Hasanuddin Remmang, Ahmad Anzhari, Arnas Hasanuddin, Mukmin Muhammad (2024)	Transformation in The Development of Small and Medium Micro Enterprises in Utilizing Digital Marketing Technology Competencies in Makassar City, South Sulawesi, Indonesia	The participation of Micro, Small and Medium Enterprises in training activities and holding training in the rare category ranges from less than 5 times a year. The motivation and cosmopolitan level of Micro, Small and Medium Enterprises in urban areas is higher than in the Regency, likewise the level of cosmopolitan is higher among Micro, Small and Medium Enterprises in urban areas. This is due to the availability of more adequate access, the consumer behavior of Micro, Small and Medium Enterprises in urban areas which encourages the behavior of

			Micro, Small and Medium Enterprises and the perception of Micro, Small and Medium Enterprises in urban areas to be more active in using information technology.
7.	Fathur Rahman, Maryam Batubara, Muhammad Arif (2022)	Policy analysis of the implementation of the community activities restrictions enforcement (care) on small and medium enterprises in medan city	Several impacts are caused by the implementation of The CARE on SMES actors in Medan City, but this can be circumvented with several strategies carried out by SMEs both independently and facilitated by the Medan City Cooperatives and SMEs Office. Several impacts resulting from the implementation of The CARE on SMES actors in Medan City are: (1) a decrease in sales, (2) a decrease in raw/finished goods inventory, (3) termination of employment, (4) an increase in online orders, and (5) increased innovation. However, not all types of SMEs businesses experienced a decline in sales. This impact is excluded for SMEs who are engaged in business in the field of technology (internet data packages) and agricultural products. decrease in raw/finished goods inventory, (3) termination of employment, (4) an increase in online orders, and (5) increased innovation. However, not all types of SMEs businesses experienced

			a decline in sales. This impact is excluded for SMEs who are engaged in business in the field of technology (internet data packages) and agricultural products.
8.	Noviani, Hernawaty, Sri Wahyuni (2024)	Implementation of Accounting Information System and <i>E-Marketing</i> in increasing MSME income in Kota Pari Village	Based on the results of interviews and observations on MSMEs in Kota Pari Serdang Bedagai Village, especially brown sugar MSME actors in the use of accounting and <i>emarketing information systems</i> , there are several obstacles experienced, namely: MSMEs in the village of Pari Serdang Bedagai City, especially brown sugar MSME actors, are still carrying out bookkeeping using notebooks whose content is only receipts and expenses, they experience obstacles in bookkeeping as a result of low educational background and lack of socialization about accounting information systems
9.	Raihani Muda iskandar, Lumbanraja prihatin, Raza Hendra (2024)	Determinant factor analysis of financial performance of micro, small and medium enterprises with social capital as a moderating variable during covid-19 in aceh, indonesia	This research has the potential to provide valuable insights into the factors influencing the financial performance of MSMEs in Aceh during COVID-19 and the impact of social capital as a moderating variable. So that it can become literature in developing MSMEs in pandemic conditions. Based on research findings, it shows that the financial performance of

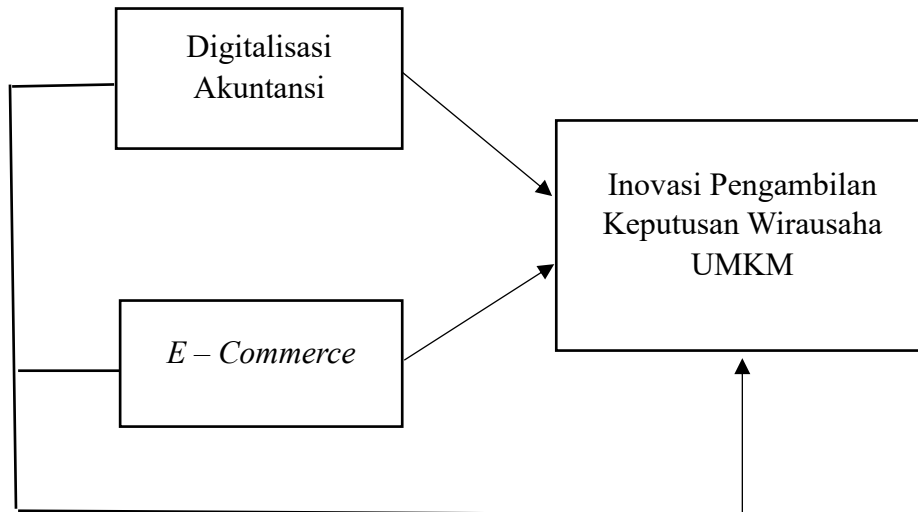
			MSMEs is very dependent on internal factors, where internal factors increase the financial success of MSMEs
10.	Jaluanto Sunu Punjul Tyosol, Janti Soegiastuti (2024)	Behavioral Financial Aspects Analysis on MSMEs Business Development of Culinary Sector in Semarang City	Research findings above indicated that mediating variables that is Behavioral Financial, positively mediated Financial Satisfaction, Owner Characteristics, Risk Mitigation, Social Influences, and impact positively on Business Development respectively. Excepting the Financial Literacy variable contributed negative influence on behavioral financial, due to some of MSMEs not having yet literacy financial for their business with their assumption their business was so small and they could maintain their business by their own ways. R square information indicated that Financial Satisfaction, Owner Characteristics, Risk Mitigation, Social Influences, direct impact on MSMEs business development was about 30%, and the sample size was less than 30%. This study focused on one MSMEs sector that is culinary only with a small sample about 125.
11.	Nurwiyanta, Nur Khasanah, Enny Mulyatari, Risdiyanto , Erni Umami Hasanah , Evi Gravitiani (2019)	The valuation of 'bedah menoreh' rural tourism program in sidoharjo village, kulon progo, indonesia	The result of the research is all tourists concern about the sustainability of rural tourism areas.

12.	Hajrah Rahmah, Muhammad Irwan Padli Nasution, & Nurbaiti (2024)	The Influence of Government Policies on the Digital Platform Kedai Elektronik Medan (KEDAN) to Facilitate the Marketing of MSMEs Products in the City of Medan	Based on the results of research and discussion involving 120 respondents, with a composition of 46.7% male and 53.3% female, and the majority of KEDAN platform users from among Medan City MSMEs aged 21-30 years, which is a productive and digitalized generation, it can be concluded that Government policies (X) designed by the Medan City Government Offices and Agencies have a positive and significant impact on the value of satisfaction in marketing Medan City MSME products (Y). By using 28 statement points based on relevant indicators, the results of the data normality test at the 95% significance level show a very satisfactory level of satisfaction. To further increase the satisfaction level by 5%, a structured approach is needed to improve the user experience as well as the effectiveness of the KEDAN platform for MSMEs in Medan City
-----	---	--	---

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu struktur pemikiran yang digunakan untuk gagasan – gagasan dalam suatu bidang pengetahuan tertentu, sederhananya kerangka konseptual sebagai kerangka pemikiran yang membantu memahami suatu konsep yang lebih terstruktur.

Berdasarkan uraian diatas, dapat digambarkan hubungan antar variabel sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu bentuk pernyataan sementara berupa dugaan mengenai tentang permasalahan yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Berdasarkan pernyataan diatas dengan judul penelitian: “Pengaruh digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM dikecamatan Medan Kota”. Berdasarkan uraian kerangka Konseptual diatas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh digitalisasi akuntansi terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota

Pada Teori TAM Davis (1989) menjelaskan perilaku seseorang dimediasi dengan sistem kepercayaan individu dan pendekatan psikologi klasik. TAM fokus pada jenis perilaku tertentu, penerimaan teknologi secara rasional pada

penggunanya. TAM memiliki dua tujuan yaitu, memprediksi penerimaan pengguna atas sistem informasi berbasis komputer dan mengungkapkan modifikasi mana yang harus diterapkan ke sistem informasi berbasis komputer tertentu untuk meningkatkan penerimaan penggunanya (RASMON, 2023).

Menurut Taherdoost (2018), TAM digunakan dalam menghubungkan Teknologi Informasi dan Komunikasi dengan sistem Akuntansi UMKM, dalam hal ini yaitu penerapan digitalisasi akuntansi. Berdasarkan persepsi kegunaan UMKM untuk mengadopsi digitalisasi informasi akuntansi hanya jika mereka yakin bahwa keputusan tersebut cukup berguna untuk meningkatkan aktivitas dan kinerja keuangan mereka. Sementara itu, berdasarkan persepsi kemudahan, integrasi TIK dalam sistem informasi akuntansi akan dilakukan jika mereka menganggap penggunaannya akan sangat mudah dan dengan biaya yang minimum (Winarsih & Buyong, 2020)

Mendukung penelitian tersebut (Fauzi *et al.*, 2023), (Sri Anjarwati *et al.*, 2023) menyatakan variabel digitalisasi akuntansi berpengaruh positif & signifikan terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM. Hal ini dapat diartikan bahwa digitalisasi akuntansi sangat mempengaruhi inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM. Melalui beberapa teori diatas, sehingga diperoleh hipotesis sebagai berikut.

H₁: Digitalisasi Akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota.

2. Pengaruh e-commerce terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota

Teori TAM adalah suatu model yang digunakan untuk memberikan penawaran terhadap penerimaan penggunaan *e-commerce* serta perilaku bagi para penggunanya. Metode TAM penting untuk diketahui karena penilaian terhadap teknologi akan membentuk penilaian seperti apa sikap seseorang, seperti apa pengaruh yang akan timbul karena penilaian seseorang terhadap teknologi dan lain-lain yang berhubungan dengan sikap terhadap teknologi komputer (Minan, 2021).

Technology Acceptance Model (TAM), yaitu *Perceived Usefulness (PU)*, *Perceived Ease of Use (PEOU)*, serta sikap pengguna, terhadap niat penggunaan aplikasi *e-commerce*. Model ini sering digunakan untuk memahami bagaimana dan mengapa individu menerima atau menolak teknologi baru, yang dalam hal ini adalah aplikasi *e-commerce* (Kurniawan, 2013).

Mendukung penelitian tersebut (Maluto *et al.*, 2024), (Sihombing & Sulisty, 2021), (Nita Kusumawati & Entot Suhartono, 2022), (Yadewani & Wijaya, 2017), (Syaharani & Mayangsari, 2022) menyatakan variabel *e-commerce* berpengaruh positif & signifikan terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM. Hal ini dapat diartikan bahwa *e-commerce* sangat mempengaruhi inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM. Melalui beberapa teori diatas, sehingga diperoleh hipotesis sebagai berikut.

H₂: *E-Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota.

3. Pengaruh digitalisasi akuntansi & e-commerce terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota

Untuk mendukung hipotesis pengaruh digitalisasi akuntansi & *e-commerce* terhadap inovasi pengambilan keputusan wirausaha UMKM penelitian yang dilakukan oleh (Mulia Sariatul & Rayyan 2024) mengungkapkan digitalisasi akuntansi dan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan di perusahaan. Penerapan teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga mempercepat proses pengambilan keputusan yang berbasis data. Terhadap sumber kajian pustaka yang telah dilakukan terhadap variabel digitalisasi akuntansi & *e-commerce*, maka untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel tersebut sehingga diajukan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Digitalisasi Akuntansi dan *E-Commerce* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi dalam pengambilan keputusan wirausaha UMKM di Kecamatan Medan Kota.