

## **Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM Setelah Pandemi Covid 19**

**Anim Wiyana<sup>1\*</sup>, Marcelinus Yanto<sup>2</sup>, Febrianus Akun<sup>3</sup>, Wahyu Kurniawan Asgap<sup>4</sup>, Muhammad Tafsir<sup>5</sup>**

<sup>1, 2, 3, 4, 5</sup>Stiem Bongaya Makassar

### ***Abstrak***

The aim of this research is to find out whether the factors of human resource competency, financial literacy, use of Accounting Information Systems, product innovation, business capital, marketing access, e-commerce sales systems and social media adoption have on the performance of MSMEs after the Covid 19 pandemic among Micro, Small and Medium Enterprises(UMKM) business actors in Makassar city. The sample used in this research was 61 MSMEs with various types of business. The research method used is a quantitative method. The results of the questionnaire obtained by distributing it via Google Form have been tested for validity and reliability, and have been tested for classical assumptions in the form of normality assumptions, multicollinearity assumptions and heteroscedasticity assumptions. The data analysis method uses multiple linear regression techniques. Data were analyzed using the SPSS version 25 program. The results of this research show that the variables use of accounting information systems, business capital, and marketing access have a significant effect on the performance of MSMEs. Meanwhile, the variables of HR competency, financial literacy, product innovation, e-commerce sales system, and social media adoption do not have a significant effect on MSME performance.

**Keywords:** accounting information system, business capital, marketing, human resources, financial literacy, product innovation, e-commerce, social media

Copyright (c) 2023 Anim Wiyana

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [anim.wiyana@stiem-bongaya.ac.id](mailto:anim.wiyana@stiem-bongaya.ac.id)

## **INTRODUCTION**

Pandemi Covid-19 menghadirkan tantangan baru bagi seluruh dunia dengan spektrum dan skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Disamping berdampak pada kesehatan masyarakat, sudah dapat dipastikan secara alamiah bahwa pandemi ini juga menciptakan gelombang besar yang menghantam perekonomian. Di satu sisi pemerintah dengan berbagai kebijakannya berusaha menekan penyebaran Covid-19 tetapi di sisi lain juga harus menjaga kestabilan berbagai lini ekonomi, dimana salah satunya adalah ekonomi kerakyatan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bank Dunia pada tahun 2020, dampak dari pandemi Covid-19, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM menjadi sektor usaha yang lebih rentan untuk berhenti beroperasi dengan persentase sebesar 8% bila dibandingkan dengan sektor usaha lainnya(Dewantoro et al., 2023)

Kinerja umkm selama dan setelah covid sangat jauh berbeda dimana kinerja umkm selama covid mengadopsi media social sebagai e-commerece sebagai lahan umkm berjalan dimana social media berperan penting dalam penghasilan umkm sendiri.Walaupun kinerja

umkm tidak terlalu massif namun setelah pandemic covid 19 kinerja umkm mulai berbaur dengan keadaan pada saat covid 19 dengan tetap menggunakan media social sebagai ladang penghasilan tambahan.

UMKM menyikapi dengan melakukan beberapa cara agar dapat bertahan di masa krisis pandemi Covid 19 ini. Adapun cara yang umum dilakukan oleh UMKM dari survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) adalah dengan melakukan Langkah digitalisasi, yakni melakukan penjualan dari offline ke online, lalu diikuti dengan mengganti/membuat inovasi produk, mendapatkan modal usaha, akses pemasaran, system penjualan e-commere , literasi keuangan penggunaan system informasi akuntansi , pelatihan pelaku UMKM dan adopsi media social (Pusparisa, 2020).

UMKM merupakan sektor yang paling terkena dampak dari pandemi Covid-19, terlebih bagi UMKM yang belum memanfaatkan pasar online dan hanya mengandalkan pasar offline, misalnya kantin sekolah, perkantoran, festival, dan lain sebagainya. Sementara itu, survei Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) melalui Pusat Penelitian Ekonomi (P2E) tahun 2020 memaparkan bahwa 94% pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) justru mengalami penurunan penjualan karena pandemi Covid-19. Adapun penurunan penjualan terbesar dialami oleh UMKM yang mengandalkan penjualan melalui penjualan langsung, reseller, dan toko fisik.(ku ka, 2020). Pandemi Covid-19 berdampak terhadap penurunan jumlah penjualan, sulitnya modal, hambatan distribusi produk, dan keterbatasan bahan baku.. (Sugiri, 2020).

Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate menyampaikan bahwa selama pandemi, jumlah UMKM yang telah berdigitalisasi meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan sebelum pandemi, yaitu sekitar 16,4 juta UMKM. Sementara itu, Staf Khusus Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Bidang Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Fiki Satari menuturkan bahwa pandemi COVID-19 telah memberikan tantangan terhadap UMKM dalam skala yang belum pernah dialami sebelumnya. digitalisasi membuktikan bahwa digitalisasi terbukti sebagai faktor kunci bagi UMKM untuk tetap bertahan dan berkembang di masa pandemi. berdasarkan data dari Bank Dunia yang menyebutkan bahwa 80% UMKM yang terhubung dengan digital memiliki daya tahan yang lebih baik. Sementara itu, menurut LPEM FEB UI dan, digitalisasi menjadikan 7 dari 10 bisnis mengalami peningkatan volume penjualan. Tercatat, pertumbuhan nilai transaksi produk kesehatan mencapai 154 persen, makanan dan minuman 106 persen, dan elektronik mencapai 24 persen. meskipun memperoleh manfaat dari penggunaan platform online selama pandemi, hampir 40 persen UMKM menyatakan hanya mengalami peningkatan keuntungan kurang dari 20 persen, dan hampir setengahnya tidak mengalami perubahan..(KPCPEN, n.d.)

Dinas Koperasi dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Kota makassar mendata adanya peningkatan pelaku UMKM yang cukup signifikan dari tahun ke tahun sejak pandemi COVID-19 terjadi. Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM kota makassar , jumlah pelaku UMKM pada tahun 2019 sebanyak 944.279 usaha, selanjutnya meningkat menjadi 1.262.952 pada tahun 2020, dan pada akhir Desember 2021, jumlah UMKM meningkat lagi sebanyak 302.182 usaha hingga total UMKM pada tahun 2021 di Kota makassar sebanyak 1.565.134. "UMKM terus tumbuh dan mengalami peningkatan karena dari tahun 2020 ke 2021 ternyata masyarakat atau tenaga kerja yang di PHK atau diputus hubungan kerjanya bertahan hidup dengan membuka usaha," jelas Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Sulsel Malik Faisal di Makassar. (Nur Suhra Wardyah, 2023). Peningkatan UMKM bidang pertanian menempati posisi pertama dari total UMKM di kota makassar , yakni 37 persen, kemudian perdagangan 29 persen, disusul jasa 19 persen, non pertanian 11 persen dan kategori lain-lain 4 persen. UMKM memiliki sejumlah permasalahan yang dihadapi seperti daya saing produk yang masih minim dan kurang menyerap pasar, akses pemasaran masih terbatas dan legalitas produk yang masih rendah, khususnya pada usaha mikro

Kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 , harus di dasari dengan kompetensi sumber daya manusia yang bagus , yang memumpuni mampu berbaur dengan segala keadaan lalu dengan mempertajam literasi keuangan sebagai pedoman bagi para pelaku UMKM dengan mempertajam system informasi akuntansi dengan memahami bagaimana inovasi produk saat pandemi covid 19 dan bagaimana para pelaku UMKM dan pemerintah setempat dalam bekerja sama untuk menyelesaikan modal usaha UMKM dan bagaimana pihak pelaku UMKM dapat mengakses system pemasaran dengan tepat dan cepat lalu bagaimana tugas pemerintah setempat dapat mengedukasi pihak - pihak UMKM tentang system penjualan e-commerce dengan mengadopsi media social sebagai lahan UMKM menjalankan usahanya baik pada masa pandemic covid ataupun setelah pandemic covid 19, adapun pelatihan - pelatihan yang di berikan kepada para pelaku UMKM tentang penggunaan teknologi dan digitalisasi seperti mengajarkan UMKM tentang penggunaan teknologi , platform e-commerce, pembuatan situs web.

Dari hasil penelitian Febriansyah & Prabowo, (2023)menunjukkan bahwa kinerja UMKM di tinjau dari orientasi pelanggan dan media social berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM selama pandemic covid 19.

Hasil penelitian Dewantoro et al.,(2023)menyatakan inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM semakin terdepan dan semakin kreatif perusahaan dalam berinovasi maka ketertarikan konsumen pada produk kita semakin meningkat. Berikut juga hasil penelitian Dewantoro et al., (2023) menyatakan bahwa kompetensi sumber daya manusia (SDM) berpengaruh positif juga terhadap kinerja UMKM artinya semakin kompeten sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan itu akan semakin baik.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan Amang, (2023) pemasaran online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk hal ini berpengaruh terhadap kinerja UMKM dalam menentukan akses pemasaran. pemasaran online merupakan pilihan yang di ambil oleh para pelaku UMKM sebelum dan sesudah pandemic covid 19.

Hasil penelitian yang di lakukan oleh Meylani & Ismunawan, (2022) menjelaskan pengetahuan memiliki kepenting paling strategis dalam keberhasilan suatu bisnis. Dengan pentingnya pemahaman sistem informasi akuntansi ( SIA ) pelaku usaha akan menghasilkan efektivitas kinerja UMKM.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan olehPrakoso, (2020) Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM menunjukkan bahwa semakin besar literasi keuangan UMKM maka kinerjanya juga akan meningkat. literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat dipercaya dan dapat berperan aktif dalam upaya peningkatan kinerja keuangan UMKM. dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan UMKM akan meningkatkan kinerjanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu Susanti. (2023) Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM pelaku UMKM yang memiliki modal usaha tinggi mampu lebih mudah dalam menjalankan usahanya dibandingkan dengan yang kurang memiliki cukup modal. Untuk memperoleh modal yang cukup maka pelaku UMKM memerlukan modal tambahan atau modal pinjaman. Untuk mendapatkan modal pinjaman, pelaku UMKM perlu memiliki pemahaman agar catatan keuangan yang dibuat berkualitas sehingga pihak kreditur percaya dan mau untuk memberikan modal pinjaman. Jadi dengan adanya modal usaha yang cukup, maka sebuah usaha mampu menjalankan usahanya sehingga kinerja usaha menjadi meningkat.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fadel Baha, Nur Diana, (2021) menjekaskan manfaat suatu sistem dan kemudahan penggunaannya dapat menimbulkan niat dan sikap pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi e-commerce. Melalui penggunaan e-commerce maka pelaku UMKM bisa dengan mudah memasarkan produknya ke jangkauan yang lebih

luas tanpa terbatas jarak dan waktu. Mungkin awalnya produk hanya dijual secara langsung di toko, namun melalui ecommerce pelaku usaha dapat memperkenalkan produknya secara luas sehingga mampu bersaing dengan produk lain dan kinerja usahanya menjadi meningkat.

## 2. Literature Review

### 2.1. Kinerja UMKM setelah pandemic covid 19

Sumber daya adalah faktor yang mendominasi kinerja dan memiliki dampak positif terhadap perkembangan usaha, kinerja UMKM menjadi perhatian khusus dalam menjalankan usahanya agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan mampu bersaing dengan usaha lainnya. (Mukoffi, 2021) Evaluasi kerja yang dicapai kelompok maupun individu pada periode tertentu dengan tugas dan perannya merupakan sebuah kinerja UMKM (Wulandari et al., 2021). Menurut Septiani & Wuryani (2020) menyatakan bahwa analisis kinerja UMKM dilakukan dengan pendekatan berlandaskan tiga asumsi 1). Sulitnya mengukur kinerja UMKM dengan cara kuantitatif karena sumber daya terbatas; 2). Kurang aktualnya kondisi perusahaan yang disebabkan oleh indikator keuangan yang cukup kompleks; 3). Dalam pengukuran kinerja tidak sesuai jika diterapkan perusahaan kecil karena manajemen yang kurang terstruktur. Selain asumsi-asumsi tersebut ada beberapa indikator dalam pengukuran kinerja UMKM antara lain : (1). Total pendapatan yang didapat secara keseluruhan oleh perusahaan; (2). Pertumbuhan usaha yang dilihat dari peningkatan penjualan; (3). Posisi kas perusahaan untuk mengetahui arus kas masuk dan keluar; (4). Total pesanan produk.

### 2.2. Kompetensi SDM

Kompetensi SDM di Indonesia khususnya Kota Makassar setelah pandemic covid 19 tentunya SDM semakin berkualitas dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perkembangan teknologi digital sesuai dengan kebutuhan dunia usaha. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Viviani et al., (2020) yang menjelaskan bahwa untuk melihat kompetensi sumber daya manusia dalam menjalankan usahanya dapat dilihat dari dimensi SDM itu sendiri yaitu dimensi pengetahuan, keterampilan dan dimensi kemampuan. Berdasarkan penelitian terdahulu Dewantoro et al., (2023) menyatakan bahwa kompetensi sumber daya manusia (SDM) berpengaruh positif juga terhadap kinerja UMKM artinya semakin kompeten sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan, maka perusahaan itu akan semakin baik

H1 : Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 di Kota Makassar

### 2.3. Literasi Keuangan

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan atau kemampuan mengelola keuangan pribadi, serta pemahaman keuangan tentang tabungan, asuransi, dan investasi (Septiani & Wuryani, 2020). Dengan mampu mengedukasi pihak SDM dan UMKM tentunya dapat meningkatkan mutu ataupun kompetensi dari SDM dan UMKM sendiri. Indikator literasi keuangan: 1) pengetahuan keuangan secara umum, bank, asuransi dan investasi, 2) Pendidikan berupa pengalaman belajar keuangan baik melalui pendidikan formal maupun non formal. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prakoso, (2020) Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja UMKM menunjukkan bahwa semakin besar literasi keuangan UMKM maka kinerjanya juga akan meningkat. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM.

H2 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 di Kota Makassar

#### 2.4. Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

Sistem informasi akuntansi (SIA) adalah suatu sistem pengolahan data akuntansi yang merupakan koordinasi dari manusia, alat, dan metode yang berinteraksi secara harmonis dalam suatu wadah organisasi yang terstruktur untuk menghasilkan informasi akuntansi keuangan dan informasi akuntansi manajemen yang terstruktur pula. Sistem ini sangat berguna untuk UMKM Sendiri dalam mengolah pekerjaan dalam masa pandemic covid 19 dengan teratur untuk menghindari kerugian UMKM.SIA menjadi suatu sistem yangdigunakan dalam mengubah transaksi usaha perusahaan menjadi informasi keuangansehingga bermanfaat untuk pihak manajemen perusahaan dan pihak diluar perusahaanseperti investor dan berpengaruh positif bagi kinerja perusahaan dan UMKM (Sinarwati et al., 2019). Indikator penggunaan SIA: 1)Informasi Persediaan, 2) penentuan harga jual, 3) informasi Hutang, 4) informasi penjualan harian, 5) informasi laba.Berdasarkan penelitian terdahuluyangdi lakukan oleh Meylani & Ismunawan, (2022)menjelaskan pengetahuan memiliki kepentingan paling strategis dalamkeberhasilan suatu bisnis. Dengan pentingnya pemahaman system informasi akuntansi ( SIA ) pelaku usaha akan menghasilkan efektivitaskinerja UMKM.

H3 : penggunaan System Informasi Akuntansi (SIA)berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 di Kota Makassar

#### 2.5. Inovasi Produk

Inovasi produk ialah upaya yang dilakukan para pelaku usaha pembuat,perajin, produk yang dihasilkan membetulkan, tingkatkan, serta meningkatkan kualitasproduk yang dibuat untuk meningkatkan nilai jual dan nilai keuanggulan dalam produktersebut, bisa dalam wujud benda, maupun kualitas akan pelayanan (Ani, 2020).Menurut (B. D. Prasetyo, 2020: 37) Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja dibuat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaingdengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan.

Menurut (B. D. Prasetyo 2020: 35) ada beberapa indikator inovasi produk yaitu :1)fitur produk, 2)desain produk, 3) kualitas produk.Berdasarkan penelitian terdahulu Dewantoro et al.,(2023)menyatakaninovasi produkberpengaruh positif terhadap kinerja UMKM semakin terdepan dans semakin kreatif perusahaan dalam berinovasi maka ketertarikan konsumenpada produk kita semakin meningkat

H4 :Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19.

#### 2.6. Modal Usaha

Modal keuangan pada sebuah bisnis berasal dari dua sumber yaitu ekuitas dan utang, yang termasuk ke dalam kategori utang adalah kredit yang diberikan oleh kreditur yang bersifat financial ataupun barang dan jasa dengan pelunasan ditambah bunga yang diharapkan dan di setujui sebelumnya oleh kreditur dan debitur (Sombolayuk et al., 2019).Modal usaha merupakan uang yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk berdagang yang sebagaimana UMKM membutuhkan modal usaha agar usahanya tetap terus berjalan, pemerintah pada saat dan setelah pandemic memberi bantuan modal usaha kepada UMKM dengan syarat dan ketentuan yang telah diatur.Indikator modal usaha : 1)modal sendiri, 2) modal pinjaman.Berdasarkan penelitian terdahuluyang dilakukan oleh Diah Ayu Susanti.(2023) Berdasarkanhasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa modal usaha berpengaruhpositif terhadap kinerja UMKM pelaku UMKM yang memiliki modal

usahatinggi mampu lebih mudah dalam menjalankan usahanya dibandingkandengan yang kurang memiliki cukup modal.

H5 : Modal usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemicovid 19

### 2.7. Akses Pemasaran

Akses Pemasaran yang telah dilakukan UMKM khususnya dikota Makassar sendiri dengan adanya media digital dan bantuan edukasi ataupun seminar yang telah diberikan pemerintah tentang bagaimana UMKM mampu memasarkan produk dengan cepat dan mudah, tentunya dengan adanya akses pemasaran di era digital para pelaku UMKM sendiri sangat terbantu pada saat dan setelah pandemic covid 19. Dalam penelitian Habib Bayhaqi (2022), Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif adalah kunci untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberhasilan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Amang, (2023) pemasaran online memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian suatu produk hal ini berpengaruh terhadap kinerja UMKM dalam menentukan akses pemasaran.

H6 : Akses pemasaran berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 di Kota Makassar

### 2.8. Sistem Penjualan E-commerce

Sistem Penjualan e-commerce adalah segala kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan menggunakan sarana media elektronik (internet). Meski telepon dan televisi termasuk sebagai sarana elektronik, e-commerce kini lebih merujuk ke teknologi digital atau internet. Dengan adanya akses yang mudah maka para pelaku UMKM dapat memasarkan ataupun melakukan jual beli dengan para konsumen secara online. Indikator sistem penjualan E-commerce: 1) kemampuan menggunakan internet, 2) persepsi terhadap E-commerce, 3) pemasaran. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fadel Baha, NurDiana, (2021) menjelaskan manfaat suatu sistem dan kemudahan penggunaannya dapat menimbulkan niat dan sikap pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi e-commerce. Melalui penggunaan e-commerce maka pelaku UMKM bisa dengan mudah memasarkan produknya ke jangkauan yang lebih luas tanpa terbatas jarak dan waktu.

H7 : System penjualan E-commerece berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19

### 2.9. Adopsi Media Sosial

Media sosial adalah platform online untuk kegiatan komunikasi, diskusi, interaksisosial, dan partisipasi online (Herlina, Yacob, Johannes, & Octavia, 2022). adopsi media sosial berdampak positif terhadap kinerja, karena media sosial sangat efektif untuk membantu individu/organisasi dalam berkomunikasi dengan kerabat, rekan kerja, dan konsumen. bahwa penerapan media sosial dapat membantu UMKM untuk menjangkau pelanggan, meningkatkan penjualan, meningkatkan pendapatan dan pangsa pasar, meningkatkan visibilitas dan reputasi UMKM, dan menghasilkan umpan balik yang lebih bermanfaat tentang produk atau layanan. Indikator Adopsi media Sosial: 1) Media sosial (facebook, Instagram, twitter, Tiktok, Youtube) berguna untuk memberika informasi tentang produk dan bisnis perusahaan kami, 2) Media sosial dapat menentukan keinginan dan harapan pelanggan., 3) Media sosial meningkatkan penjualan produk kami, 4) media sosial mendukung kegiatan promosi UMKM. Nurfarida et al., (2021) hasil penelitiannya menyatakan bahwa adopsi media sosial berpengaruh secara positif terhadap kinerja UMKM. Fan et al.(2021) jika UMKM yang melakukan investasi pada media sosial

mendapatkan manfaat yang lebih. Penggunaan media sosial oleh UMKM akan memberikan keunggulan kompetitif bagi para penggunanya

H8 : Adopsi media social berpengaruh terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19

## METHOD, DATA, AND ANALYSIS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tempat penelitian pada pelaku UMKM di Kota Makassar. Pengambilan sampel pada penelitian ini secara random yang berjumlah 61 pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha. (Sugiyono, 2021, hal. 207) menyatakan bahwa Statistik Inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis

data sampel dan hasilnya dilakukan untuk populasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + e$$

Keterangan :

- Y = kinerja UMKM
- X1 = Kompetensi sdm
- X2 = Literasi keuangan
- X3 = Penggunaan SIA
- X4 = Inovasi produk
- X5 = Modal Usaha
- X6 = Akses pemasaran
- X7 = System penjualan E - commerce
- X8 = Adopsi media sosial
- $\alpha$  = Konstan
- $\beta$  = Koefisien Regresi
- e = Error

## RESULT AND DISCUSSION

Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM dengan berbagai jenis usaha yang ada di kota Makassar. Dengan identitas responden adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jenis Usaha

Keterangan	Jumlah	Persentase
Makanan dan atau minuman	34	55,7%
Jualan kebutuhan harian ( toko campuran )	15	24,6%
Jasa (laundry , salon , barbershop , cuci motor/ mobil , dll )	3	4,9%
Toko obat ( apotek , jamu , herbal dll )	6	9,8%
Elektronik ( pulsa ,hp , laptop , tv dll )	3	4,9%
Jumlah	61	100%

Sumber: Data olahan SPSS (2023)

Dibawah ini merupakan tabel umur usaha yang menjadi responden pada penelitian ini. Responden terbanyak memiliki umur usaha 5-10 tahun.

Tabel 2. Umur Usaha

Umur Usaha	Jumlah Responden	Persentase
1 - 5 Tahun	20	32,8%
5 - 10 Tahun	25	41,0%
>10 Tahun	16	26,2%
Total	61	100%

Sumber: Dataolahan SPSS (2023)

Suatu instrumen dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{table}(0,30)$  dan reliabel apabila memiliki koefisien kehandalan (*alpha conbach*) sebesar dari 0,60 atau lebih. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas seperti dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	indikator	corelation	Batas Minimal correlasi	Keterangan
Kompetensi SDM (X1)	X11	0.805	0.30	Valid
	X12	0.835	0.30	Valid
	X13	0.779	0.30	Valid
Literasi Keuangan (X2)	X21	0.859	0.30	Valid
	X22	0.901	0.30	Valid
	X23	0.864	0.30	Valid
Penggunaan SIA (X3)	X31	0.835	0.30	Valid
	X32	0.803	0.30	Valid
	X33	0.741	0.30	Valid
Inovasi Produk (X4)	X41	0.839	0.30	Valid
	X42	0.814	0.30	Valid
	X43	0.788	0.30	Valid
Modal usaha (X5)	X51	0.859	0.30	Valid
	X52	0.755	0.30	Valid

	X53	0.858	0.30	Valid
Akses Pemasaran (X6)	X61	0.800	0.30	Valid
	X62	0.903	0.30	Valid
	X63	0.845	0.30	Valid
System Penjualan E-Commerce (X7)	X71	0.703	0.30	Valid
	X72	0.813	0.30	Valid
	X73	0.741	0.30	Valid
Adopsi Media Sosial (X8)	X81	0.911	0.30	Valid
	X82	0.944	0.30	Valid
	X83	0.917	0.30	Valid
Kinerja UMKM (Y)	Y11	0.892	0.30	Valid
	Y12	0.852	0.30	Valid
	Y13	0.858	0.30	Valid

Sumber: DataolahanSPSS (2023)

Tabel 4 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.731	Reliabel
X2	0.844	Reliabel
X3	0.706	Reliabel
X4	0.741	Reliabel
X5	0.764	Reliabel
X6	0.808	Reliabel
X7	0.616	Reliabel
X8	0.913	Reliabel
Y	0.834	Reliabel

Sumber: DataolahanSPSS (2023)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengujipengaruh kompetensi sdm , literasi keuangan , penggunaan System Informasi Akuntansi , inovasi produk , modal usaha , akses pemasaran , system penjualan e-commerce dan adopsi media sosial terhadap kinerja UMKM setelah pandemic covid 19 pada pelaku usaha UMKM di kota Makassar.dengan bantuan program SPSS versi 26forwindowsdandiperolehhasilsebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	T-hitung	T-tabel	Sig.
Kompetensi SDM	.385	2.006	.702
Literasi keuangan	.739	2.006	.463
Penggunaan informasi akuntansi	3.093	2.006	.003
Inovasi produk	.614	2.006	.542
Modal Usaha	2.029	2.006	.048
Akses pemasaran	2.292	2.006	.026
System penjualan E-Commerce	-.372	2.006	.711
Adopsi media sosial	.672	2.006	.505

Sumber: Data olahan SPSS (2023)

Berdasarkan tabel diatas variabel kompetensi SDM menunjukkan T-hitung sebesar 0.385 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.702 > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa kompetensi SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Variabel literasi keuangan menunjukkan T-hitung sebesar 0.739 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.463 > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Sedangkan variabel penggunaan system informasi akuntansi menunjukkan T-hitung sebesar 3.093 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.003 < 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa penggunaan system informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. variabel inovasi produk menunjukkan T-hitung sebesar 0.614 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0. > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Demikian juga dengan variabel modal usaha menunjukkan T-hitung sebesar 2.029 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.048 > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa modal usaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. variabel akses pemasaran menunjukkan T-hitung sebesar 2.292 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} > T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.026 < 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa akses pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

Untuk variabel system penjualan E- Commerce menunjukkan T-hitung sebesar - 0.372 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.711 > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa kompetensi SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. variabel adopsi media sosial menunjukkan T-hitung sebesar 0.672 sementara T-tabel = 2.006, maka  $T\text{-hitung} < T\text{-tabel}$  dan nilai signifikansi yaitu  $0.505 > 0,05$  oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa adopsi media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

## CONCLUSION AND SUGGESTION

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagaiberikut: variabel kompetensi SDM, literasi keuangan, Inovasi produk, Sistem penjualan E-commerce, Adopsi

Media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM yang berarti tidak mendukung hipotesis yang diajukan. Sedangkan variabel Penggunaan sistem informasi akuntansi, Modal usaha, Akses pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM yang berarti mendukung hipotesis yang diajukan.

## Reference :

- Ammar, A., Baihaqi, I., & Ardiantono, D. S. (2021). Dampak COVID-19 Dari Perspektif Keuangan, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran Terhadap Kinerja Operasional UMKM Makanan dan Minuman di Suarabaya. *Jurnal Teknik ITS* , 10 No. 2, 112-118.
- Ananda, Y., Machasin, & Fitri, K. (2023). Pengaruh Pengalaman Usaha, Teknologi Informasi Dan Kemampuan Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing* , 9 No. 2, 251-260.
- Dewantoro , B., Putranto , A., & purwanto , H. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM. *Journal Economic, Management and Business* , 2 No 1, 60 -72.
- Febriansyah , R. Y., & Prabowo, F. S. (2023). PENGARUH ORIENTASI PELANGGAN DAN ADOPSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KINERJA UMKM DI MASA PANDEMI COVID 19 ( Studi pada UMKM binaan Dinas koperasi dan Usaha Kecil Jawa Barat Tahun 2021 Sektor kuliner ). *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 17 No 1, 1 - 10.
- Hutabara, M. P. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi dan Sistem Penjualan E-COMMERCE Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Lokesumawe). *Jurnal Akuntansi Malikusale* , 1 No. 1, 1-15.
- Junedi, & Yahya, A. (2023). Pengaruh Spiritualitas Kewirausahaan, Pemasaran Media Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Syntax Idea* , 5 No. 5, 554-561.
- Lestari, P. A. (2020). Pengaruh Sistem Informasi dan Pemanfaatan E-COMMERCE Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Makassar. *Skripsi* , 1-146.
- Meylani, C. W., & Ismunawan. (2022). Pengaruh Persepsi Owner, Pemahaman, Pengetahuan, dan Penerapan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Di Beteng Trade Center (BTC) Solo. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* , 10 No. 1, 12-22.
- Prakoso, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM se-Eks Karesidenan Besuki. *Jurnal Ilmiah* , 17 No. 2, 151-161.
- Prasasti, D. A., & Triyanto, E. (2023). THE INFLUENCE OF UNDERSTANDING, APPLICATION AND UTILIZATION OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON THE PERFORMANCE OF SMEs IN SURAKARTA CITY. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis* , 8 No. 1, 51-61.
- Rimadias, S. (2023). Faktor Penentu Kelangsungan Hidup UMKM di Indonesia Pasca Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis* , 6 No. 1, 15-28.
- Rohandi, Amang, B., & Nurpadila. (2023). Pengaruh Pemasaran Online, Harga Pelayan Dan Etika Bisnis Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal Of Management & Business* , 6 No. 1, 450-460.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Dari Dampak Pandemi COVID-19. *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi* , 19 No. 1, 76-86.

Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Vol. 3). Bandung: Alfabeta.

Susanti, D. A., Zuliati, & Lali, K. N. (2023). Pengaruh E-COMMERCE, Pengetahuan Akuntansi, Modal Usaha, dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Demak. *Jurnal Akuntansi Edukasi Nusantara*, 1 No. 1, 23-29.