

## Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Kota Semarang

Riva Meutia Febriana Safitri<sup>1</sup>, Achmad Badjuri<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis Akuntansi, Universitas Stikubank Semarang

e-mail: rivameutia12@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomika dan Bisnis Akuntansi, Universitas Stikubank Semarang

e-mail: badjuri@edu.unisbank.ac.id

---

### ARTICLE INFO

Article history:

Received 30 April 2022

Received in revised form 2 Mei 2022

Accepted 10 Juni 2022

Available online Juli 2022

---

### ABSTRACT

This study aims to find empirical evidence about the effect of accounting knowledge, owner's perception, entrepreneurship orientation, market orientation, performance of micro, small and medium enterprises. This research is a quantitative research using primary data obtained from questionnaires that have been distributed and measured using a likert scale. The population in this study were all owners of micro, small and medium enterprises in North Semarang sub-district with a total of 1683 businesses. The sampling method used in this research is probability sampling. Based on probability sampling method, obtained 95 respondents. Test results from the instrument in this study is valid and reliable. Data analysis techniques used is multiple linear regression analysis using SPSS version 21. The results in this study indicate that accounting knowledge and owner's perception affect the performance of micro, small and medium enterprises, while entrepreneurship orientation and market orientation have no effect on the performance of micro, small and medium enterprises.

**Keywords:** Accounting Knowledge, Owner's Perception, Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Performance of Micro, Small and Medium Enterprises.

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris tentang pengaruh pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, kinerja usaha mikro, kecil dan menengah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar dan diukur dengan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha mikro, kecil dan menengah di Kecamatan Semarang Utara dengan jumlah 1683 usaha. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling. Berdasarkan metode probability sampling, diperoleh 95 responden. Hasil uji dari instrumen dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi dan persepsi pemilik berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah, sedangkan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah.

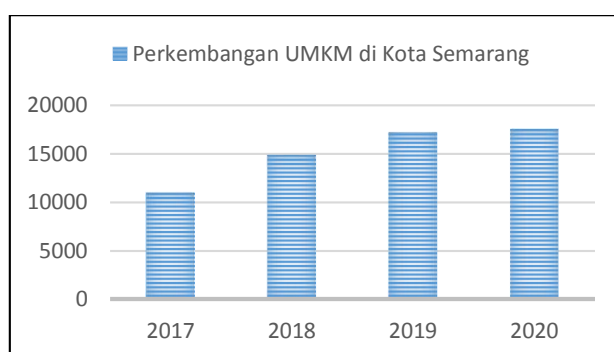
**Kata Kunci:** Pengetahuan Akuntansi, Persepsi Pemilik, Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah.

---

*Received April 30, 2022; Revised Mei 2, 2022; Accepted Juni 22, 2022*

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi yang terjadi. Badan Pusat Statistik memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja dimana usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 sampai 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20 sampai 99 orang (Wismiarsi, 2008). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dinilai dapat berkontribusi dalam peningkatan laju perekonomian dan pemerataan pendapatan. Pada tahun 2020, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu berkontribusi sebesar 61,97% terhadap PDB dari total PDB nasional atau setara dengan Rp 8.500.000.000.000. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga mampu melakukan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha. Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia tak luput dari peran serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tiap kabupaten/kota, tak terkecuali Kota Semarang. Berikut adalah data perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang, yaitu:



Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Semarang terus mengalami peningkatan dimulai dari tahun 2017 sebesar 11.054 unit usaha, tahun 2018 sebesar 14.893 unit usaha, tahun 2019 sebesar 17.254 unit usaha, dan terus meningkat menjadi 17.600 di tahun 2020. Hal ini menjadi bukti bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mampu menyumbang kemajuan perekonomian khususnya di Kota Semarang dan dapat bertahan dalam menghadapi krisis global yang sedang terjadi. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena masih banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Semarang Utara yang belum menyadari pentingnya akuntansi, belum memahami pencatatan akuntansi yang baik, dan bagaimana cara melakukan inovasi produk supaya dapat dipasarkan sesuai keinginan dan kebutuhan pasar. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel terkait terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengetahuan Akuntansi, Persepsi Pemilik, Orientasi Kewirausahaan, dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Semarang Utara”**.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengetahuan Akuntansi

Menurut Reber [6] pengetahuan dalam makna kolektifnya adalah kumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok, atau budaya tertentu. Sedangkan secara umum, pengetahuan adalah komponen-komponen mental yang dihasilkan dari semua proses apapun, entah lahir dari bawaan atau dicapai lewat pengalaman. Menurut American Accounting Association (AAA) dalam Lubis [3] mendefinisikan akuntansi sebagai suatu proses pengidentifikasian, pengukuran, dan pengkomunikasian informasi ekonomi yang memungkinkan pertimbangan dan pengambilan keputusan yang didasarkan pada informasi terkini oleh pengguna informasi. Menurut Isnawan [15] secara rinci, manfaat akuntansi bagi UMKM diantaranya: 1. Memperlancar kegiatan usaha, 2. Bahan evaluasi kinerja perusahaan, 3. Melakukan perencanaan yang efektif, 4. Meyakinkan pihak diluar perusahaan.

### 2.2. Persepsi Pemilik

Menurut Winaryo [32] persepsi merupakan kesadaran dan pemahaman yang terbentuk (atau dibentuk) melalui penginderaan diri maupun pengalaman diri. Menurut Mulyani dalam Yuliyanti [12], pelaku UMKM yang berpersepsi bahwa informasi akuntansi adalah penting dan akan mendorong pelaku UMKM untuk menggunakan informasi akuntansi dalam kegiatan usahanya. Terbentuknya persepsi yang baik akan

pentingnya informasi akuntansi tidak cukup, maka perlu adanya pelatihan akuntansi yang mendorong penggunaan informasi akuntansi bagi pelaku UMKM.

### **2.3. Orientasi Kewirausahaan**

Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira, berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi, wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu, ini baru dari segi etimologi/asal usul kata [9]. Hamdani [24] menyatakan bahwa kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa, dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, bernilai, dan berguna bagi dirinya dan orang lain. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan. Menurut Suryana dalam Hamdani [24], proses kreatif dan inovatif hanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu: 1. Percaya diri (yakini, optimis dan penuh komitmen), 2. Berinisiatif (energik dan percaya diri), 3. Memiliki motif berprestasi (berorientasi hasil dan berwawasan ke depan), 4. Memiliki jiwa kepemimpinan (berani tampil berbeda dan berani mengambil risiko dengan penuh pertimbangan), dan 5. Suka tantangan.

### **2.4. Orientasi Pasar**

Narver dan Slater [22] dalam Supranoto [28] mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi yang paling efektif dalam menciptakan perilaku penting untuk penciptaan nilai unggul bagi pembeli serta kinerja dalam bisnis. Sementara Uncles [29] dalam Supranoto [28] mengartikan orientasi pasar sebagai suatu proses dan aktivitas yang berhubungan dengan penciptaan dan pemuasan pelanggan dengan cara terus menilai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan orientasi pasar akan membawa peningkatan kinerja bagi perusahaan tersebut. Sunarya, et all [7] mengatakan unsur-unsur suatu pasar meliputi: 1. Konsumen, bisa orang atau industri bisnis, 2. Daya beli (*cash* atau *credit*), 3. Kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpuaskan.

### **2.5. Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Wibowo [40] mengatakan kinerja berasal dari pengertian performance, yaitu sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Sedangkan menurut Armstrong dan Baron dalam Wibowo [40], kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi pada ekonomi. UMKM adalah kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan sumberdaya manusia. arti pemulihan perekonomian Indonesia melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan lapangan pekerjaan [21].

## **3. METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan beberapa klasifikasi jenis usaha seperti jasa, kuliner, dan fashion yang ada di kecamatan Semarang Utara. Menurut informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang, jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 1.683 unit usaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel [36]. Perhitungan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* dengan responden sebanyak 95 orang.

### **3.2. Metode Pengumpulan Data**

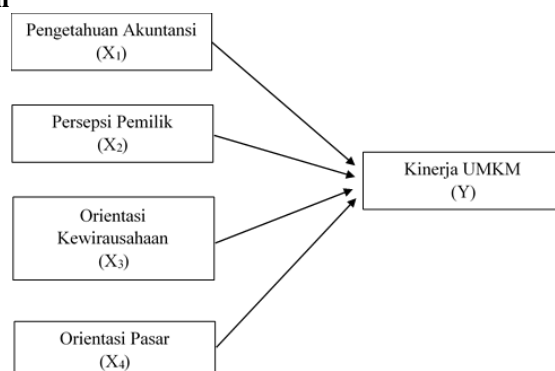
Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, dokumentasi, dan kuesioner yang dikirimkan langsung kepada para pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berada di sekitar wilayah Kecamatan Semarang Utara.

### **3.3. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Diduga pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
2. Diduga persepsi pemilik berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
3. Diduga orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
4. Diduga orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

### 3.4. Kerangka Pemikiran



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Uji Validitas

Dalam menguji valid atau tidaknya pertanyaan kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data penelitian, maka dibandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai  $r$  hitung setiap indikator variabel memiliki nilai  $r$  hitung  $>$  dari nilai  $r$  tabel yaitu 0,202, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam indikator variabel pada penelitian ini yaitu pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja UMKM adalah valid yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi	1	0,611	0,202	Valid
	2	0,496	0,202	Valid
	3	0,790	0,202	Valid
	4	0,494	0,202	Valid
	5	0,715	0,202	Valid
	6	0,704	0,202	Valid
	7	0,760	0,202	Valid
	8	0,651	0,202	Valid
	9	0,584	0,202	Valid
	10	0,739	0,202	Valid
	11	0,767	0,202	Valid
	12	0,722	0,202	Valid
	13	0,547	0,202	Valid
	14	0,616	0,202	Valid
	15	0,719	0,202	Valid
Persepsi Pemilik	1	0,491	0,202	Valid
	2	0,399	0,202	Valid
	3	0,331	0,202	Valid
	4	0,570	0,202	Valid
	5	0,594	0,202	Valid
	6	0,373	0,202	Valid
	7	0,499	0,202	Valid
	8	0,499	0,202	Valid
	9	0,607	0,202	Valid
	10	0,594	0,202	Valid
	11	0,395	0,202	Valid
	12	0,534	0,202	Valid
	13	0,488	0,202	Valid
	14	0,498	0,202	Valid

Orientasi Kewirausahaan	1	0,665	0,202	Valid
	2	0,452	0,202	Valid
	3	0,775	0,202	Valid
	4	0,608	0,202	Valid
	5	0,601	0,202	Valid
	6	0,663	0,202	Valid
	7	0,814	0,202	Valid
	8	0,744	0,202	Valid
	9	0,672	0,202	Valid
	10	0,715	0,202	Valid
	11	0,736	0,202	Valid
	12	0,710	0,202	Valid
	13	0,474	0,202	Valid
	14	0,515	0,202	Valid
	15	0,722	0,202	Valid
	16	0,744	0,202	Valid
Orientasi Pasar	1	0,613	0,202	Valid
	2	0,770	0,202	Valid
	3	0,678	0,202	Valid
	4	0,863	0,202	Valid
	5	0,805	0,202	Valid
	6	0,805	0,202	Valid
Kinerja UMKM	1	0,707	0,202	Valid
	2	0,638	0,202	Valid
	3	0,748	0,202	Valid
	4	0,558	0,202	Valid
	5	0,629	0,202	Valid
	6	0,668	0,202	Valid
	7	0,646	0,202	Valid
	8	0,627	0,202	Valid
	9	0,600	0,202	Valid
	10	0,460	0,202	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 21

#### 4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk [20]. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) diperoleh nilai Cronbach's Alpha > 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas terhadap seluruh variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Indikator	Nilai r alpha tabel	Nilai r alpha hitung	Keterangan
1	Pengetahuan Akuntansi	0,70	0,908	Reliabel
2	Persepsi Pemilik	0,70	0,734	Reliabel
3	Orientasi Kewirausahaan	0,70	0,917	Reliabel
4	Orientasi Pasar	0,70	0,850	Reliabel
5	Kinerja UMKM	0,70	0,824	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 21

### 4.3 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini menggunakan cara analisis normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dianggap terdistribusi normal apabila nilai probabilitas signifikan atau *asympt.Sig. (2-tailed)* > 0,05. Hasil uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.97999271
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.047
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.599
Asymp. Sig. (2-tailed)		.865

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 624387341.

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov (K-S) yang ditunjukkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,865 > 0,05. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas dalam model regresi terpenuhi sehingga layak digunakan untuk penelitian.

### 4.4 Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka tolerance > 0.1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi gejala auto multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Pengetahuan Akuntansi	.313	.055	.502	5.745	.000	.879	1.138
Persepsi Pemilik	.224	.085	.232	2.621	.010	.858	1.166
Orientasi Kewirausahaan	.074	.051	.124	1.456	.149	.929	1.076
Orientasi Pasar	.013	.116	.009	.108	.914	.972	1.029

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) karena nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1.

#### 4.5 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah data penelitian terjadi gejala heteroskedastisitas, maka digunakan uji *glejser* dengan kriteria yang digunakan adalah jika nilai signifikansi > 0.05 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dengan uji *glejser* dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.663	3.235		
Pengetahuan Akuntansi	.005	.032	.016	.145	.885
Persepsi Pemilik	.050	.050	.112	.995	.323
Orientasi Kewirausahaan	-.031	.030	-.113	-1.053	.295
Orientasi Pasar	.066	.068	.102	.970	.335

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi dengan nilai *absolute residual* menunjukkan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.6 Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian data menggunakan program SPSS terhadap pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	3.114	5.529		
Pengetahuan Akuntansi	.313	.055	.502	5.745	.000
Persepsi Pemilik	.224	.085	.232	2.621	.010
Orientasi Kewirausahaan	.074	.051	.124	1.456	.149
Orientasi Pasar	.013	.116	.009	.108	.914

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, persamaan regresi yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,114 + 0,313X_1 + 0,224X_2 + 0,074X_3 + 0,013X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Kinerja UMKM

*Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja UMKM di Kota Semarang  
(Riva Meutia Febriana Safitri)*

- a : Konstanta  
 X1 : Pengetahuan Akuntansi  
 X2 : Persepsi Pemilik  
 X3 : Orientasi Kewirausahaan  
 X4 : Orientasi Pasar  
 e : Nilai Residual

#### 4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai dari uji ini dapat mencerminkan besarnya variasi dari variabel dependen Y dapat dijelaskan oleh variabel independen X. Apabila nilai koefisien determinasi = 0 ( $Adjusted R^2 = 0$ ), artinya variabel X tidak dapat menjelaskan variabel Y sama sekali, namun apabila koefisien determinasi = 1 ( $Adjusted R^2 = 1$ ) maka variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X dan semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. Hasil dari pengujian data dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 <sup>a</sup>	.397	.370	4.067

a. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Persepsi Pemilik, Orientasi Kewirausahaan, Pengetahuan Akuntansi

b. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Hasil pengujian koefisien determinasi pada tabel di atas, diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,370. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar secara simultan dapat menjelaskan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) sebesar 37%. Sedangkan sisanya 63% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel atau persamaan regresi.

#### 4.8 Uji Kelayakan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa jauh variabel independen yaitu pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah di kecamatan Semarang Utara. Hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 8. Hasil Uji Kelayakan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	979.997	4	244.999	14.809	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1488.992	90	16.544		
	Total	2468.989	94			

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

b. Predictors: (Constant), Orientasi Pasar, Persepsi Pemilik, Orientasi

Kewirausahaan, Pengetahuan Akuntansi

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Hasil pengujian diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 14,809 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang apabila dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,53 dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} = 14,809 > F_{tabel} = 2,53$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat diinterpretasikan bahwa pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar secara simultan dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Hasil ini membuktikan bahwa model penelitian pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah model yang layak atau fit.



#### 4.9 Uji Parsial (Uji T)

Uji T ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh variabel independen pengetahuan akuntansi, persepsi pemilik, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pasar secara individu (parsial) dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Semarang Utara. Hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9. Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.114	5.529		.563	.575
1					
Pengetahuan Akuntansi	.313	.055	.502	5.745	.000
Persepsi Pemilik	.224	.085	.232	2.621	.010
Orientasi Kewirausahaan	.074	.051	.124	1.456	.149
Orientasi Pasar	.013	.116	.009	.108	.914

a. Dependent Variable: Kinerja UMKM

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, dapat dilakukan pembuktian terhadap masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan akuntansi sebesar  $5,745 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dinyatakan **diterima**.
2. Diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel persepsi pemilik sebesar  $2,621 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$  dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa persepsi pemilik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dinyatakan **diterima**.
3. Diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel orientasi kewirausahaan sebesar  $1,456 < t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,149 > 0,05$  dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dinyatakan **ditolak**.
4. Diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel orientasi pasar sebesar  $1,108 < t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,914 > 0,05$  dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dinyatakan **ditolak**.

#### 4.10 Pembahasan

##### 1. Pengaruh Pengetahuan Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel pengetahuan akuntansi sebesar  $5,745 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan akuntansi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dalam hal ini, pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) harus mengantisipasi masalah mendasar yang sering dijumpai dalam pengembangan kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yaitu dengan cara membuat pencatatan atau pembukuan akuntansi pada setiap transaksi. Jadi semakin baik sistem pencatatan atau pembukuan usaha maka kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) akan semakin meningkat.

##### 2. Pengaruh Persepsi Pemilik Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel persepsi pemilik sebesar  $2,621 > t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,010 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pemilik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Ketika pemilik UMKM (Usaha Mikro

Kecil dan Menengah) memiliki persepsi bahwa penerapan akuntansi sangat bermanfaat dalam menunjang kinerja usaha maka pengelolaan kegiatan usaha akan jauh lebih tertata dan sistematis. Adanya sosialisasi mengenai pentingnya akuntansi dalam kegiatan usaha juga akan memudahkan pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Semarang Utara dalam penerapannya. Jadi semakin baik tingkat persepsi pemilik maka kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) akan semakin meningkat.

### 3. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel orientasi kewirausahaan sebesar  $1,456 < t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,149 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dituntut untuk memiliki sikap semangat dan kerja keras, percaya diri, toleransi terhadap ambiguitas, suka tantangan, memiliki inisiatif, dan locus pengendalian dalam mengelola usahanya. Dalam hal ini, pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Semarang Utara berupaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Namun pada kenyataannya, para pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Semarang Utara tidak begitu proaktif dalam menerapkan orientasi kewirausahaan serta kurangnya keberanian untuk mencoba hal baru pada usahanya sehingga laju pertumbuhan usahanya tidak dapat dioptimalkan.

### 4. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM

Hasil uji t diperoleh hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel orientasi pasar sebesar  $1,108 < t_{tabel}$  sebesar  $1,9867$  dan nilai signifikansi  $0,914 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa orientasi pasar secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah). Dalam hal ini, pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) diharuskan untuk mengikuti trend pasar dengan memperhatikan konsumen/pelanggan, daya beli, orientasi pada pesaing, koordinasi interfunksional, dan kepuasan pelanggan. Namun pada kenyataannya, para pemilik UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kecamatan Semarang Utara hanya terfokus pada pengembangan usahanya saja tanpa melibatkan hal-hal yang dapat dijadikan acuan untuk orientasi pasarnya.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
2. Persepsi pemilik berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.
3. Orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
4. Orientasi pasar tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

### 5.2. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan dalam penelitian ini, saran yang dapat diberikan untuk peneliti selanjutnya agar memperluas cakupan objek penelitian serta menambah variabel independen sebagai variasi variabel yang dapat mempengaruhi kinerja UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Al Mamun, S. A. Fazal and R. Muniady, "Enterpreneurial Knowledge, Skills, Competencies, and Performance a Study of Micro-Enterprises in Kelantan, Malaysia," *Asia Pasific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 13, no. 1, pp. 29-48, 2019, <https://doi.org/10.1108/APJIE-11-2018-0067>.
- [2] A. I. Indrawijaya, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009.
- [3] A. I. Lubis, *Akuntansi Keperilakuan: Akuntansi Multiparadigma*, Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- [4] A. Prabawati and M. Handayani, "Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Variabel Intervening Keunggulan Bersaing Pada UMKM Kecamatan Kaliwates," *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, vol. 18, no. 2, pp. 1-17, 2019.
- [5] A. Pratiwi, "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Kinerja manajerial Pada UMKM di Kota Surabaya," Skripsi, Universitas Bhayangkara, Surabaya, 2020.
- [6] A. S. Reber and E. S. Reber, *Kamus Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010.
- [7] A. Sunarya, Sudaryono and A. S., *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2011.

- [8] A. Wulandary, Burhanuddin and W. B. Priatna, "Kinerja Wirausaha dan Orientasi Kewirausahaan Pelaku UMKM Olahan Abon Ikan," *Jurnal Agrisep*, vol. 17, no. 2, pp. 129-138, 2018, <https://doi.org/10.31186/jagrisep.17.2.129-138>.
- [9] Basrowi, *Kewirausahaan Untuk Perguruan Tinggi*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2016.
- [10] D. A. Mouti, "Pengaruh Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Barbershop Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi," Skripsi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran, Yogyakarta, 2020.
- [11] D. Wijaya, *Akuntansi UMKM*, Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- [12] E. T. Yuliyanti, N. Diana and M. C. Mawardi, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Tentang Akuntansi, Pengetahuan Akuntansi, dan Skala Usaha Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi," *E-JRA*, vol. 9, no. 4, pp. 76-90, 2020.
- [13] Elvina, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja UMKM," *JSHP*, vol. 4, no. 1, pp. 46-55, 2020.
- [14] Felix, "Orientasi Kewirausahaan dan Kemampuan Inovatif Terhadap Kinerja UMKM," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 5, no. 3, pp. 267-272, 2021.
- [15] G. Isnawan, *Akuntansi Praktis Untuk UMKM*, Jakarta: Laskar Aksara, 2012.
- [16] H. Purwanto, "Pengaruh Intensi Berwirausaha dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus di Sentra UMKM Pengrajin Teralis di Desa Jlamprang Kecamatan Wonosobo)," *Jurnal PPKM*, vol. 1, pp. 90-104, 2017.
- [17] H. T. Utami, "Pengaruh Pengetahuan Pemilik, Skala Usaha, dan Umur Usaha Terhadap Keberhasilan Kinerja Usaha Dengan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi (Survei Pada Pemilik Usaha UKM Makanan Khas di Kabupaten Banyumas)," *El-JIZYA: Jurnal Ekonomi Islam*, vol. 6, no. 1, pp. 23-48, 2018.
- [18] H. Ummah, S. Rosyafah and Masyhad, "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Perilaku Keuangan Terhadap Kinerja Manajerial UMKM Makanan di Sidoarjo," pp. 38-43, 2021.
- [19] I. F. Siregar, R. Rasyad and D. Onasis, "Pengaruh Pemahaman Ilmu Akuntansi dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Bisnis Bagi Pelaku Usaha Mikro Menengah Muda di Kota Pekanbaru," *Jurnal Akuntansi Kompetif*, vol. 4, no. 1, pp. 47-56, 2021.
- [20] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [21] I. Primiana, *Menggerakkan Sektor Riil UMKM dan Industri*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- [22] J. C. Narver, and S. F. Slater, "The Effect of Market Orientation on Business Profitability," *Journal of Marketing*, vol. 54, no. 4, pp. 20-35, 1990.
- [23] L. A. King, *Psikologi Umum: Sebuah Pandangan Apresiatif*, Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- [24] M. Hamdani, *Entrepreneurship: Kiat Melihat & Memberdayakan Potensi Bisnis*, Yogyakarta: Starbooks, 2014.
- [25] M. M. Kalangi, "Orientasi Wirausaha dan Orientasi Pasar Terhadap Inovasi Produk dan Kinerja Bisnis (Studi Pada UMKM Rumah Makan di Kota Tomohon)," *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, vol. 5, no. 1, pp. 1-18, 2017.
- [26] M. M. Manahera, S. Moniharapon and H. N. Tawas, "Analisis Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus UMKM Nasi Kuning di Manado)," *Jurnal EMBA*, vol. 6, no. 4, pp. 3603-3612, 2018.
- [27] M. Methasari, G. Kurniawan and A. R. Sidik, "Analisis Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UMKM di Kabupaten Madiun," *Jurnal Dinamika Governance*, vol. 8, no. 2, pp. 176-188, 2018.
- [28] M. Supranoto, "Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran," *Diponegoro Journal*.
- [29] M. Uncles, "Market Orientation," *Australian Journal Management*, pp. 23-40, 2000.
- [30] N. A. Lestari and S. H. Rustiana, "Pengaruh Persepsi Owner dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Pamulang," *BASKARA: Journal of Business & Entrepreneurship*, vol. 1, no. 2, pp. 67-79, 2019.
- [31] R. K. Dzugbenuku and S. A. Keelson, "Marketing and Entrepreneurial Succes in Emerging Markets: The Nexus," *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, vol. 13, no. 2, pp. 168-187, 2019, <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2018-0072>.

- 
- [32] R. W. SM, *Self Empowerment: Persepsi, Paradigma, dan Motivasi Salesman*, Jakarta: Grasindo, 2004.
- [33] R. Yuliana and Y. Pujiastuti, "Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pada UMKM di Semarang)," *Tirtayasa Ekonomika*, vol. 13, no. 2, pp. 320-329, 2018.
- [34] S. Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- [35] S. Purnamasari and A. Wijaya, "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Kemampuan Pemasaran Terhadap Kinerja Bisnis UMKM Clothing Line," *Business Management Journal*, vol. 16, no. 1, pp. 53-64, 2020.
- [36] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- [37] Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Bandung: Salemba Empat, 2017.
- [38] Suwardjono, *Akuntansi Pengantar*, Yogyakarta: BPFE, 2002.
- [39] T. N. Ruiz and P. Collazo, "Determinants of The Use of Accounting Systems in Microenterprises: Evidence From Chile," *Journal of Accounting in Emerging Economies*, vol. 11, no. 4, pp. 632-650, 2021, <https://doi.org/10.1108/JAEE-07-2020-0173>.
- [40] Wibowo, *Manajemen Kinerja*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2008.
- [41] Winardi, *Entrepreneur dan Entrepreneurship*, Jakarta: Kencana, 2008.
- [42] Y. R. Wirawan, "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Batik di Kabupaten Jombang," *Equilibrium*, vol. 5, no. 1, pp. 56-69, 2017.
- [43] Y. Setyawati and S. Hermawan, "Persepsi Pemilik dan Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Atas Penyusunan Laporan Keuangan," *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, vol. 3, no. 2, pp. 161-204, 2018.