

Pengaruh Modal Sosial Terhadap Penggunaan Dompot Digital Dan Penerapan Akuntansi Sebagai Pemoderasi Pada UMKM Di Provinsi DIY

Jonathan Herdioko ^{a,1,*}, Eka Adhi Wibowo ^{b,2}, Mulya Cahyadi ^{c,3}, Nareswari Nisita ^{d,4}

^{a,b} Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, Indonesia

¹ jonherdioko@gmail.com *; ² ekaadhiw@staff.ukdw.ac.id; ³ mulya11211059@gmail.com; ⁴ nareswarinisita02@gmail.com

*corresponding author

INFO ARTIKEL

Kemajuan Artikel

Masuk
7 September 2024
Diperbaiki
29 September 2024
Diterima
12 Oktober 2024

Keywords

Social Capital
Trust
Empathy
Knowledge Accounting
E-Wallet

Kata Kunci

Modal Sosial
Kepercayaan
Empati
Pengetahuan Akuntansi
Dompot Elektronik

ABSTRACT

Economic activity is an indicator in determining economic performance. Indonesia has a significant number of MSMEs (data), which play an important role in the economy. The MSME sector, which is part of the overall economic activity, is supported not only by financial capital but also by social capital, which includes trust, empathy, cognitive knowledge, social relations, and structural aspects. The significant role of MSMEs requires performance improvement to enhance economic growth and ensure a more equitable impact on society. This performance improvement necessitates the application of good accounting practices in accordance with generally accepted accounting principles (GAAP), supported by financial management technologies such as e-wallets. This study aims to examine the extent to which trust, empathy, cognitive knowledge, social relations, and structural aspects influence the use of digital wallets and the implementation of accounting in MSMEs, specifically in the DIY Province. This research employs quantitative data analysis collected through questionnaires with MSME respondents. The objective of this study is to measure the impact of social capital on the use of digital wallets and the implementation of accounting in MSMEs in the DIY Province.

ABSTRAK

Aktivitas ekonomi merupakan indikator dalam penentuan kinerja ekonomi. Indonesia memiliki jumlah UMKM yang cukup besar (data), dan memiliki peran penting dalam perekonomian. Sektor UMKM yang merupakan bagian dari keseluruhan aktivitas perekonomian selain ditopang oleh modal finansial, ternyata juga ditopang oleh modal sosial (social capital) yang meliputi: rasa percaya (trust), empati, pengetahuan (cognitive), relasi sosial, dan struktural. Besarnya peran UMKM tersebut memerlukan peningkatan kinerja, sehingga pertumbuhan ekonomi dapat meningkat dan berdampak semakin merata pada masyarakat. Peningkatan kinerja tersebut memerlukan penerapan akuntansi yang baik dan sesuai prinsip akuntansi berlaku umum (PABU), serta didukung oleh teknologi pengelolaan keuangan seperti e-wallet. Penelitian ini mencoba untuk menguji sejauh mana rasa percaya (trust), empati, kognitif, relasi dan struktural pada penggunaan dompet digital dan implementasi akuntansi pada UMKM secara lebih spesifik yang berada di Provinsi DIY. Penelitian ini menggunakan analisa data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan responden pelaku UMKM. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh modal sosial terhadap penggunaan dompet digital dan implementasi akuntansi pada UMKM di Provinsi DIY.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

Latar Belakang Pandemi COVID-19 telah mempercepat adopsi teknologi digital di berbagai sektor, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada semua daerah di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu teknologi yang mengalami peningkatan signifikan adalah dompet digital atau e-wallet. Menurut riset Neurosensum Indonesia, penggunaan dompet digital meningkat dari 10 persen sebelum pandemic menjadi 44 persen selama pandemi (Wulandari, 2023). Modal sosial, yang mencakup jaringan, kepercayaan, dan norma sosial, memainkan peran penting dalam keberhasilan UMKM. Modal sosial dapat meningkatkan akses UMKM ke sumber daya, informasi, dan peluang pasar (Laela Nur Janah, Supanji Setyawan, 2022). Penerapan akuntansi yang baik sangat penting bagi UMKM untuk memastikan transparansi dan akurasi dalam laporan keuangan. Dengan adanya dompet digital, UMKM dapat lebih mudah mencatat transaksi real-time, yang membantu dalam penyusunan laporan keuangan yang lebih akurat dan tepat waktu. Fenomena e-commerce telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana modal sosial dapat membantu mengatasi tantangan ini dan mendorong adopsi dompet digital di kalangan UMKM.

Modal sosial digambarkan sebagai sebuah konsep yang sulit dipahami secara empiris, namun juga digembar-gemborkan sebagai perekat yang menyatukan komunitas. Meskipun terdapat banyak perdebatan mengenai definisinya (Winter, 2000). Modal sosial dapat dipahami sebagai jaringan hubungan sosial yang dicirikan oleh norma-norma kepercayaan dan timbal balik dan yang menghasilkan hasil yang saling menguntungkan. Selanjutnya dalam konteks modal sosial masih terdapat kesenjangan antara teori dengan penelitian empiris, serta cara pengukurannya (Paxton 1999; Portes 1998; Stone 2001; Stone dan Hughes 2001). Prinsip-prinsip untuk menghindari masalah-masalah ini dapat diringkas dalam empat poin (Stone dan Huges 2001).

Pertama, pengukuran dan “praktik” modal sosial perlu diinformasikan secara teoritis. Jika tidak, apa pun akan diberi label sebagai modal sosial, dan gagasan serta konsep lama akan dikemas ulang dalam kedok baru.

Kedua, modal sosial harus dipahami sebagai sumber daya untuk melakukan tindakan kolektif. Jika kita ingin menentukan apakah modal sosial menghasilkan serangkaian hasil sosial dan ekonomi yang diinginkan, seperti komunitas yang aktif, kita harus menghindari jebakan tautologis yang menggabungkan modal sosial dengan tindakan sosial atau hasil lainnya.

Ketiga, penelitian empiris harus mengakui bahwa modal sosial adalah konsep multidimensi. Kita harus memahami bagaimana berbagai dimensi moda sosial saling berhubungan dan berhubungan dengan konsep tersebut secara keseluruhan sebelum kita dapat memahami bagaimana mereka berhubungan dengan hasil-hasil lain yang menjadi perhatian kita.

Keempat, kita harus menyadari bahwa modal sosial akan bervariasi berdasarkan jenis jaringan dan skala sosial. Dimensi modal sosial dalam satu jaringan mungkin tidak sesuai dengan dimensi modal sosial yang berbeda di jaringan lain, atau dengan hasil yang mungkin diukur lagi pada skala yang berbeda atau tidak.

E-commerce atau perdagangan daring saat ini sudah berkembang begitu cepat selama sepuluh tahun ke belakang, perkembangan ini mengubah banyak hal dari sebuah perdagangan mulai dari sistem penjualannya, paradigma aktivitas, dan promosi, dimana semua perubahan itu memberikan perubahan juga pada sistem ekonomi secara signifikan, perubahan yang begitu cepat ini juga di saat era pandemi. Di dalam era tersebut mempercepat transisi dari perilaku konvensional menjadi digital. Menurut (Burgess, 2003) menjelaskan bahwa terdapat enam buah dampak positif e-commerce bagi bisnis suatu perusahaan. Di antaranya:

- a. Meningkatkan efisiensi terhadap penggunaan biayanya.
- b. Penghematan dalam menggunakan biaya.
- c. Memperbaiki kontrol terhadap barang yang digunakan untuk konsumen atau pelanggan.
- d. Memperbaiki rantai distribusi (Supply Chain).
- e. Membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pelanggan.
- f. Membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pemasok (Supplier).

Kemudian, berdasarkan penelitian dan studi kasus di Australia (Burgess, 2003). Bahwa terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk memanfaatkan e-commerce. Diantara lain:

- a. Penggunaan komputer dan teknologi informasi oleh sebuah perusahaan.
- b. Penerapan e-commerce yang digunakan pada waktu saat ini dan rencana masa depan yang akan datang.
- c. Kendala dalam menggunakan e-commerce pada perusahaan.
- d. Keahlian oleh ahli staff teknologi informasi pada sebuah perusahaan dalam kebutuhan bisnisnya.
- e. Penelitian yang menganalisa modal sosial belum cukup banyak di Indonesia (Statistik Modal Sosial, 2021 hal.7). Masih dilansir dari sumber yang sama menyatakan bahwa, belum ada satu survei, kajian, maupun diskusi yang sungguh-sungguh dan berskala luas yang pernah dilaksanakan, baik oleh pemerintah maupun oleh lembaga penelitian swasta. Kajian modal sosial yang selama ini dilakukan, cenderung mengarah ke situasi hipotesis yang berasal dari pengamatan keseharian perilaku sosial masyarakat. Belum ada satu sumber informasi pun yang dapat dijadikan rujukan mengenai situasi dan perkembangan modal sosial yang terukur. Namun, berdasarkan Statistik Modal Social yang terbit pada 2021 yang lalu, penulis mencoba mereplikasi dan menggunakan trust, safety, bonding dan bridging yang merupakan modal sosial pada UMKM di Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan apakah pengetahuan akuntansi memoderasi responden UMKM dalam penggunaan e-wallet

2. Tinjauan Pustaka

2.1. *Social Capital*

Modal sosial memiliki banyak definisi dari berbagai perspektif yang digunakan oleh para peneliti ilmu sosial. Menurut Hanifan (1916), modal sosial merupakan suatu representasi kehidupan bermasyarakat yang mencakup kemauan baik secara rasa bersahabat, rasa simpati, dan hubungan kerja sama yang kuat antara individu dan keluarga untuk membentuk suatu kesatuan sosial. Bourdieu (1980) menyatakan bahwa modal sosial adalah interaksi yang saling menguntungkan antara berbagai individu dalam masyarakat. Pemahaman Bourdieu merupakan titik awal untuk menunjukkan, bahwa modal sosial adalah sumber daya yang diperlukan dalam semua aktivitas masyarakat, terutama pada bisnis. Kemudian, seiring perkembangannya, definisi tersebut mulai dipandang sebagai sumber daya yang diperoleh dari interaksi (Coleman, 1988). Penelitian selanjutnya dalam bidang modal sosial mulai menganalisis implementasinya dalam aktivitas sosial masyarakat di berbagai bidang. Fukuyama (2000) menyatakan, bahwa modal sosial merupakan suatu syarat mutlak dalam menciptakan kestabilan untuk berdemokrasi, politik, dan ekonomi. Putnam (2001) menyatakan modal sosial merupakan manifestasi oleh masyarakat yang bersifat terorganisir, baik untuk jaringan pekerjaan, nilai norma, ataupun nilai kepercayaan seseorang, yang memiliki peran dalam bekerjasama serta memiliki tindakan yang bermanfaat. Fukuyama (2005) kemudian menegaskan kembali bahwa modal sosial adalah berbagai norma yang membentuk suatu jalinan kerja sama antar individu. Dari definisi di atas World Bank membagi menjadi beberapa kriteria dalam penelitian ini, yang digunakan empat kriteria yaitu, trust, safety, bonding, dan bridging. (World Bank, 2011)

2.2. *Trust*

Fukuyama (2014) menyatakan bahwa *trust* atau kepercayaan adalah modal penggerak yang dianalogikan seperti pelumas bagi mesin aktivitas ekonomi. Pada penelitian ini *trust* diukur dengan survei tingkat kepercayaan UMKM pada semua stakeholder dalam menjalankan usahanya.

2.3. *Bonding*

Dalam konteks penelitian ini bonding adalah rasa solidaritas pada UMKM, karena UMKM sering tergabung dalam organisasi usaha baik yang bersifat formal maupun informal. Solidaritas menjadi perekat bagi UMKM yang memiliki tujuan yang sama khususnya bagi pengembangan usahanya. Rasa solidaritas menjadi variabel yang diujikan dan menjadi pengukur di penelitian ini.

2.1. *Bridging*

Faktor lain yang akan diukur dalam penelitian ini adalah *bridging*, sebuah kemampuan dan kemauan untuk bekerja sama dengan pihak lain dalam UMKM. Seperti dalam bisnis yang bukan merupakan satu

entitas saja, namun beberapa entitas yang tergabung dalam suatu sistem kemampuan dan kemauan bekerja sama mutlak diperlukan bagi UMKM, sehingga bisnisnya dapat semakin bertumbuh karena memiliki kemampuan networking atau berjejaring yang baik antar sesama pebisnis.

2.2. Accounting

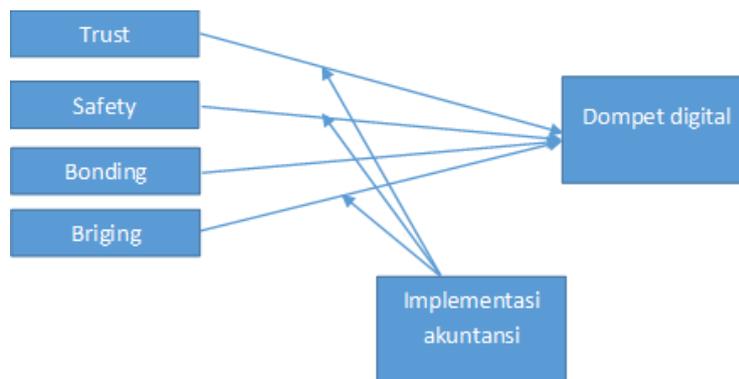
Akuntansi merupakan ilmu yang mempelajari teknik penyediaan layanan informasi keuangan, secara kuantitatif dari berbagai unit di negara tertentu, kemudian mempelajari bagaimana cara kita melaporkan informasi tersebut pada pihak yang berkepentingan yang digunakan sebagai dasar pada pengambilan keputusan. Akuntansi juga dapat mempersempit persepsi asimetris informasi di dalam masyarakat. Jika semakin sempit kesenjangan informasi yang ada, maka akan memperkuat rasa kepercayaan atau *trust*. Hal tersebut merupakan fondasi bagi akumulasi modal sosial dalam masyarakat (Villier, 2022). Kemudian, menurut teori akuntansi positif, jawabannya dapat ditemukan dalam asimetris informasi dan masalah keagenan (Watts & Zimmerman, 2006). Namun, terdapat pandangan yang lebih sosiologis mengenai akuntansi untuk mendukung gagasan bahwa alasan dalam menjelaskan asal usul dan kebutuhan secara berkelanjutan akan akuntansi yang beragam. Dalam makalahnya, Hopwood (1987) menyatakan, bahwa praktek akuntansi dapat berubah seiring berjalannya waktu dan berimplikasi pada transformasi organisasi serta sosial. Sehingga, penelitian akuntansi perlu diarahkan, untuk dapat menyelidiki asal usul sosial akuntansi, dari pada menerima rasionalitas secara teknisnya (Hopwood, 1987). Burchell dkk (1985) menyatakan, bahwa akuntansi pada hakikatnya bersifat secara sosial. Hal tersebut dapat muncul dari situs sosialnya, untuk mengubah dan membentuk teknik seiring berjalannya waktu (Burchell et al., 1985). Sejak kemudian, terdapat banyaknya penelitian yang menelusuri serta menyelidiki dasar pada sosiologis dari praktek akuntansi yang baru dan yang berubah (Cooper & Robson, 2006; Robson, 1991; Walker, 2016). Di waktu ini, Power (2015, hal. 43) menganalisis mengenai bagaimana teknik akuntansi yang baru dimulai dengan analisis kasus akuntansi pada dampak penelitian di berbagai universitas Inggris dan menunjukkan bagaimana akuntansi terjadi karena adanya kondisi kemungkinan yang selaras sebagai pendorong adanya perubahan, baik dalam tingkat lapangan ataupun organisasi. Power (2015, hal. 43) menyelidiki bagaimana teknik akuntansi baru dimulai dengan menganalisis kasus akuntansi untuk dampak penelitian di universitas-universitas Inggris dan menunjukkan bagaimana akuntansi terjadi karena berbagai kondisi kemungkinan yang selaras sebagai pendorong perubahan. baik di tingkat lapangan maupun organisasi.

2.3. E-wallet

E-wallet atau dompet elektronik merupakan salah satu jenis *fintech* yang menyediakan alternatif pembayaran dengan menggunakan internet sebagai medianya. Selain itu, *e-wallet* juga di pahami sebagai tipe pembayaran secara elektronik, yang digunakan sebagai transaksi secara online melalui smartphone ataupun komputer (Dac-Nhuong Le dkk., (2019)). Hal ini berfungsi sebagai alat pembayaran digital melalui media elektronik berbasis server. Kemudian, *e-wallet* bertujuan untuk memberikan solusi yang nyaman dalam berbisnis dan memungkinkan pelanggannya supaya membeli produk mereka secara online. (Dac-Nhuong Le dkk., (2019)). Secara umum, *e-wallet* berbentuk aplikasi berbasis server yang memerlukan koneksi internet untuk digunakan (Wijaya & Mulyana, 2018). Perkembangan *e-wallet* pun sangat cepat dan berdampak banyak khususnya persaingan antar penyedia *e-wallet* yang terlihat semakin kompetitif. Dalam persaingan tersebut, menimbulkan banyaknya perusahaan yang memberikan berbagai layanan dalam bentuk fitur, fasilitas, atau benefit (keuntungan) yang beragam. Supaya perusahaan *e-wallet* mereka dapat menjaga kualitas pelayanan yang baik pada para pelanggan penggunaannya (Batari, 2018). Khususnya berdampak positif pada kepuasan pelanggan (Batari dkk, 2018). Berbeda dengan *E-Money* yang mana sistem pembayarannya menggunakan chip, sedangkan *E-Wallet* menggunakan aplikasi berbasis server untuk transaksi digital. Umumnya, penggunaan *E-Wallet* memerlukan koneksi internet. Di Indonesia, terdapat beberapa *e-wallet* populer seperti DANA, Go-Pay, LinkAja, OVO, dan lain-lain (Harseno, 2021).

3. Metodologi Penelitian

Pemilihan responden di sini di ambil dari warga Daerah Istimewa Yogyakarta yang berusia 16-60 tahun yang memiliki UMKM dan menggunakan *e-wallet* untuk keperluan secara acak (*purposive random sampling*) sebanyak 120 orang. Proses dalam pengambilan data ini menempuh waktu 4 bulan, karena penyebaran kuesioner menjangkau hingga seluruh Daerah yang ada di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan kuesioner, dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis dan secara langsung kepada para pemilik UMKM, dengan variabel bebas yang digunakan *Safety*, *Trust*, *Bonding*, dan *Bridging*.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3.1. Hipotesis

- H₁: *Trust* berpengaruh signifikan dan positif secara parsial signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
- H₂: *Safety* berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
- H₃: *Bonding* berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
- H₄: *Bridging* berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap keputusan penggunaan dompet digital.
- H₅: Implementasi akuntansi memoderasi keputusan penggunaan dompet digital.

Tabel 2. Pengukuran Variabel Riset

Variabel	Definisi	Ukuran
<i>Safety</i>	Rasa aman menjadi variabel yang di ukur dalam penelitian ini untuk menguji bagaimana pengaruhnya terhadap penggunaan <i>e wallet</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>E-wallet</i> aman digunakan 2. Dana UMKM aman pada <i>e-wallet</i> 3. Rahasia dana UMKM terjamin pada <i>e-wallet</i>
<i>Trust</i>	Kepercayaan adalah modal penggerak yang dianalogikan seperti pelumas bagi mesin aktivitas ekonomi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya percaya dengan <i>e-wallet</i> dapat membantu transaksi pada UMKM. 2. Saya percaya <i>e-wallet</i> peduli pada UMKM. 3. Saya percaya <i>e-wallet</i> mengutamakan UMKM. 4. Saya percaya <i>e-wallet</i> dapat menyelesaikan masalah UMKM dengan baik. 5. Saya percaya <i>e-wallet</i> memiliki <i>value</i>. 6. Saya percaya <i>e-wallet</i> konsisten dengan pernyataan yang disampaikan dengan UMKM.

Bonding	Rasa solidaritas pada kelompok, karena kelompok sering tergabung dalam organisasi usaha baik yang bersifat formal maupun informal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>E-wallet</i> menjadikan anggota dalam komunitas UMKM ini lebih mudah mengakrabkan anggota keluarga. 2. <i>E-wallet</i> menyebabkan anggota paguyuban UMKM lebih dinamis. 3. <i>E-wallet</i> menjadikan anggota UMKM makin akrab.
Bridging	Kemampuan dan kemauan bekerja sama dengan pihak lain dalam kelompok.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>E-wallet</i> menjadikan UMKM mudah bermitra dengan supplier. 2. <i>E-wallet</i> menjadikan UMKM mudah bertransaksi. 3. UMKM merasa lebih mudah percaya diri untuk bertansaksi.

4. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini berisi informasi mengenai profil responden, penilaian instrumen penelitian terkait validitas, keandalan, serta hasil penelitian mengenai variabel yang digunakan. Objek studi ini adalah dompet digital. Responden dalam penelitian ini adalah penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta, yang dipilih menggunakan metode *purposive random sampling*.

4.1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden yang mana hasil dari pengisian para kuesioner oleh para responden menjadi alat tolak ukur dalam menentukan tingkat validitas data, selain itu peneliti dapat mengevaluasi keakuratan sebuah tes dengan melakukan sesuai fungsi pengukurannya, sehingga diperlukannya pengukuran validitas pada butir kuesioner, yang mana ketentuan pengujiannya dibawah ini:

- a. Pengujian menggunakan taraf kesalahan (α)= 5%.
- b. Nilai r tabel didapatkan dari distribusi Tabel R, total responden (n)= 30.
- c. R tabel bernilai 0,239 karena jumlah sampel n= 30 dikurangi 2 ($dk = n-2 =28$) dan taraf kesalahan yang digunakan adalah 5%.
- d. Instrumen dikatakan valid atau sah bila nilai r hitung < r tabel.

Berdasarkan tabel hasil pengujian instrumen penelitian, nilai r hitung > r tabel, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dompot Digital

Indikator	R	r	Keterangan
	hitung	tabel	
Dompot digital 1	.605	.239	Valid
Dompot digital 2	.903	.239	Valid
Dompot digital 3	.697	.239	Valid
Dompot digital 4	.686	.239	Valid

Dalam Tabel 3 menunjukkan hasil penggunaan dompet digital dari pengujian validitas menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 4. Hasil uji Validitas Variabel *Safety*

Indikator	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Safety 1	.832	.239	Valid
Safety 2	.813	.239	Valid
Safety 3	.720	.239	Valid

Dalam Tabel 4 menunjukkan hasil dari pengujian validitas variabel *safety* dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 5. Hasil uji Validitas Variabel Pengetahuan Akuntansi

Indikator	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Pengetahuan Akuntansi 1	.600	.239	Valid
Pengetahuan Akuntansi 2	.872	.239	Valid
Pengetahuan Akuntansi 3	.482	.239	Valid
Pengetahuan Akuntansi 4	.402	.239	Valid

Dalam Tabel 5 menunjukkan hasil dari pengujian validitas variabel pengetahuan akuntansi dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 6. Hasil uji Validitas Variabel *Trust*

Indikator	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Trust 1	.645	.239	Valid
Trust 2	.693	.239	Valid
Trust 3	.515	.239	Valid
Trust 4	.766	.239	Valid
Trust 5	.744	.239	Valid
Trust 6	.681	.239	Valid

Dalam Tabel 6 menunjukkan hasil dari pengujian validitas variabel *trust* dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 7. Hasil uji Validitas Variabel *Bridging*

Indikator	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Bridging 1	.584	.239	Valid
Bridging 2	.818	.239	Valid
Bridging 3	.800	.239	Valid

Dalam Tabel 7 menunjukkan hasil dari pengujian validitas variable *bridging* dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Tabel 8. Hasil uji Validitas Variabel *Bonding*

Indikator	R _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Bonding 1	.767	.239	Valid
Bonding 2	.842	.239	Valid
Bonding 3	.681	.239	Valid

Dalam Tabel 8 menunjukkan hasil dari pengujian validitas variabel *bonding* dengan menggunakan aplikasi SPSS 23, hasil pengujian tabel menurut penelitian menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan.

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa nilai pada r_{hitung} memiliki nilai yang lebih besar dari $r_{tabelnya}$, hal ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan valid, dan dapat digunakan maupun instrumennya dapat dibagikan. Berdasarkan tabel tersebut, hasil pengujian instrumen penelitian menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan. Oleh karena itu, instrumen tersebut dapat dibagikan.

4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah uji yang memperlihatkan seberapa konsistennya sebuah hasil dari penilaian suatu variabel dengan menggunakan item yang sama dalam mendapatkan informasi yang konsisten, hal tersebut dapat dilihat dari hasilnya jika hasilnya tinggi pada tingkat reliabilitasnya maka hasil tersebut konsisten dan dapat diandalkan. Menurut Nunnally dalam Ghozali (2006:42), sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 dan bila nilai Cronbach Alpha $\leq 0,6$ dapat dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan uji reliabilitas yang telah dilakukan, hasil menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel dompet digital adalah $0,864 > 0,6$. Oleh karena itu, variabel dompet digital yang digunakan dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel pengetahuan akuntansi adalah $0,771 > 0,6$, sehingga variabel pengetahuan akuntansi dinyatakan reliabel. Selanjutnya, uji reliabilitas pada variabel kepercayaan (trust) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,870 > 0,6$, sehingga variabel trust dikatakan reliabel. Pada variabel keamanan (safety), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,888 > 0,6$, sehingga variabel safety dinyatakan reliabel. Variabel jembatan sosial (*bridging*) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,855 > 0,6$, sehingga variabel *bridging* dikatakan reliabel. Terakhir, uji validitas pada variabel ikatan sosial (*bonding*) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,875 > 0,6$, sehingga variabel *bonding* dinyatakan reliabel.

4.3. Profil Responden

4.3.1. Jenis Kelamin

Dari Hasil Pengumpulan data, diperoleh responden sebanyak 120 dengan perbandingan 44 (36.7%) pria dan 76 (63.3%) wanita. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah wanita.

Tabel 9. Jenis Kelamin

No	Lokasi	Jumlah	Persentase(%)
1	Pria	44	36.7
2	Wanita	76	63.3
Total		120	100

4.3.2. Asal Daerah

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa responden terbanyak berada di daerah Yogyakarta sebanyak 68 orang dengan persentase 56,7% dan sisanya berada di luar daerah Yogyakarta sebanyak 52 orang dengan persentase 43,3%.

Tabel 10. Lokasi

No	Lokasi	Jumlah	Persentase(%)
1	Yogyakarta	68	56.7
2	Luar Yogyakarta	52	43.3
Total		120	100

Tabel 11. Bidang Usaha

No	Waktu	Jumlah	Persentase(%)
1	Jasa	10	8.3
2	Dagang	52	43,3
3	Produksi	38	31.7
4	Lainnya	20	16.7
Total		120	100

4.3.3. Jenis Usaha

Berdasarkan Tabel 11, disimpulkan dari 120 usaha, terdapat frekuensi jenis bidang usaha terbanyak yaitu di bidang dagang, sebanyak 52 usaha dengan persentase 43,3%, sedangkan frekuensi terendah adalah jasa sebanyak 10 usaha dengan persentase 8.3%.

4.3.4. Paguyuban UMKM

Berdasarkan Tabel 12, dari 120 responden terdapat 80 UMKM yang tergabung dalam paguyuban dengan presentase 66.7%, sedangkan yang tidak tergabung paguyuban sebanyak 40 UMKM dengan persentase 33.3%. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tergabung pada paguyuban UMKM.

Tabel 12. Tergabung dalam Paguyuban UMKM

No	Tergabung	Jumlah	Persentase(%)
1	Ya	80	66.7
2	Tidak	40	33.3
Total		120	100

4.3.5. Usaha Berdiri

Berdasarkan Tabel 13 disimpulkan dari 120 usaha, terdapat frekuensi usia usaha terbanyak yaitu di usia 1 s.d 3 tahun, sebanyak 43 usaha dengan persentase 35.8%, sedangkan frekuensi terendah ialah usai 7 s.d 10 tahun, sebanyak 7 usaha dengan persentase 5.8%.

Tabel 13. Lama Usaha Bediri

No	Waktu	Jumlah	%
1	<1 Tahun	9	7.5
2	1 s.d 3 Tahun	43	35.8
3	4 s.d 6 Tahun	27	22.5
4	7 s.d 10 Tahun	7	5.8
5	> 10 Tahun	34	28.3
Total		120	100

4.3.6. Jangkauan Pasar

Berdasarkan tabel di atas dari 120 terbagi menjadi 4 bagian jangkauan pasar diantara lainnya, lokal sebanyak 47 usaha dengan presentase 39.2%, dalam DIY 45 usaha dengan presentase 37.5%, sedangkan luar DIY 23 usaha dengan persentase 19.2% dan internasional 5 usaha dengan persentase 4.2%. Maka dari itu disimpulkan dari 120 usaha jumlah jangkauan usaha tertinggi berada di lokal dan terendah Internasional.

Tabel 14. Jangkauan Pasar

No	Daerah	Jumlah	%
1	Lokal	47	39.2
2	Dalam DIY	45	37.5
3	Luar DIY	23	19.2
4	Internasional	5	4.2
Total		120	100

4.3.7. Pendapatan Per Bulan

Berdasarkan pada Tabel 15, dapat disimpulkan bahwa frekuensi responden dengan pendapatan per bulan terbanyak adalah pada rentang pendapatan Rp.2.500.000-Rp.5.000.000 dengan presentase 35.8% atau sebanyak 43 usaha. Sedangkan frekuensi responden dengan pendapatan per bulan terendah pada rentang pendapatan Rp 7.500.000 s.d Rp 10.000.000 dengan presentase 7.5% atau sebanyak 9 usaha.

Tabel 15. Omzet per Bulan

No	Pemasukan per Bulan	Jumlah	%
1	<Rp 2.500.000	29	24.2
2	Rp 2.500.000 s.d Rp 5.000.000	43	35.8
3	Rp 5.000.000 s.d Rp 7.500.000	15	12.5
4	Rp 7.500.000 s.d Rp 10.000.000	9	7.5
5	>Rp 10.000.000	24	20.0
Total		120	100

4.4. Persamaan Regresi

Dari Tabel 16 di dapat dalam persamaan regresi: $Y = -1.537 + 0.050 X_1 + 0.573 X_2 + 0.0763 X_3 + 0.679 X_4$. Dari hasil tersebut di dapat variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 memiliki hubungan yang positif dan searah dan terarah terhadap variabel Y . Dapat diartikan dengan semakin meningkat variabel X , akan berkorelasi dengan peningkatan variabel Y . Sebagai contoh, meningkatnya variabel X_1 (*Trust*), akan berkorelasi juga meningkatkan Y (Dompot Digital) pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. Begitu juga dengan variabel-variabel yang lain.

Tabel 16. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std.Error	Beta		
(Constant)	-1.537	.1691		-.906	.363
Trust	.050	.097	.047	.519	.605
Safety	.573	.177	.307	3.231	.002
Bridging	.076	.179	.039	.423	.673
Bonding	.679	.096	.510	7.062	.000

Dari Tabel 17 didapat semua variabel X dapat dijelaskan sebesar 52.9 % (*Adjusted R Square*), terhadap pengaruhnya pada variabel Y. Sedangkan 47.1% tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Contohnya: *customer review* dan Promosi. Secara simultan, variabel X1, X2, X3, dan X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Hal ini dapat di lihat pada Sig sebesar .000 yang lebih kecil dari pada 0,05. Secara simultan, variabel X1, X2, X3, dan X4 berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Hal ini dapat di lihat pada Sig sebesar .000 yang lebih kecil dari pada 0,05.

Tabel 17 Koefisien Determinasi R²

Model	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	.529	1.929

Tabel 18. Uji F

Model	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	360.238	34.369	.000 ^b
1 Residual	10.482		
Total			

Dari Tabel 19 didapat bahwa variabel yang signifikan terhadap penggunaan dompet digital adalah *safety* (rasa aman) dengan tingkat sinifikansi sebesar $0.002 < 0.05$ dan variabel *bonding* (rasa terikat) sebesar $0.00 < 0.05$. Hal ini karena, UMKM telah memiliki rasa aman pada Dompet Digital. Selain itu, UMKM juga merasa lebih memiliki keterikatan dengan adanya Dompet Digital, karena akan mempermudah di dalam berbagai macam metode pembayaran. Sedangkan variabel yang tidak signifikan adalah *Trust* (rasa percaya) yang membuahkan hasil dari regresi sebesar $0.605 > 0.05$ dan variabel *Briding* (penyambung) sebesar $0.673 > 0.05$. Disini, variabel *trust* dan *bridging* tetap berhasil positif, namun tidak signifikan. Hal ini dimungkinkan bahwa variabel *trust* dan *bridging* kurang diperhatikan oleh UMKM di dalam penggunaan Dompet Digital.

Tabel 19. Uji t

Model	t	Sig
(Constant)	-.906	.363
Trust	.519	.605
Safety	3.231	.002
Bridging	.423	.673
Bonding	7.062	.000

Lalu yang dapat di moderasi adalah variabel *safety* dan *bonding*, karena memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Dalam hal Implementasi Akuntansi memoderasi variabel *safety* dan *bonding*, dapat di analisa sebagai berikut:

Akuntansi memberikan informasi keuangan yang transparan dan akuntabel, hal tersebut berarti akuntansi akan menjelaskan bagaimana alur pertanggungjawaban atas penggunaan-penggunaan sumber daya keuangan oleh semua pihak yang berkepentingan. Bagi UMKM hal ini merupakan hal yang penting, karena sumber daya keuangan perlu dikelola dengan pengambilan keputusan yang dapat di pertanggungjawabkan secara jelas. Pertanggungjawaban yang tidak jelas berpotensi menimbulkan keputusan yang tidak tepat yang dapat berakibat buruk pada keberlangsungan bisnis UMKM. Teknologi digital dalam bentuk *e-wallet* akan sangat membantu dalam meningkatkan transparansi dan akuntabilitas penggunaan sumber daya, yang terutama dalam kejelasan mengenai aliran dana dari pihak mana dan kepada siapa serta kejelasan mengenai peruntukannya, hal tersebut akan memberikan rasa aman dalam penggunaan *e wallet*.

Jane Doe (2022) "*The Relationship Between Accounting and Trust in Organizations*" menyatakan bahwa ketika individu terlibat dalam proses akuntansi, baik dalam membuat anggaran, melacak pengeluaran, atau menyiapkan laporan keuangan, mereka merasa memiliki atas keuangan mereka. Hal ini dapat meningkatkan komitmen mereka untuk mencapai tujuan keuangan mereka. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa penggunaan *e-wallet* akan membantu individu dalam hal ketertiban keuangan sehingga praktik akuntansi akan semakin meningkatkan rasa keterikatan karena ada komitmen bersama dalam mencapai tujuan.

Tabel 20. Uji t MOD 1

	Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.653	.515		
	Trust	-.349	.728	.457	2.187
	Safety	.287	.774	.235	4.258
	Bridging	.372	.711	.457	2.186
	Bonding	6.861	.000	.748	1.338
	MOD1_Safety	3.186	.002	.240	4.164

Tabel 21. Uji t MOD 2

	Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	.012	.990		
	Trust	.018	.985	.453	2.209
	Safety	3.214	.002	.438	2.284
	Bridging	.308	.759	.455	2.196
	Bonding	1.695	.093	.153	6.543
	MOD2_Bonding	1.673	.097	.130	7.677

5. Penutup

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pelengkap dalam mengangkat ketertarikan pada analisa Modal Sosial. Dalam bisnis modal finansial memang diperlukan, tetapi tidak dapat dipungkiri modal sosial juga tidak kalah penting. Penelitian ini telah mengungkapkan bahwa modal sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan dompet digital di kalangan UMKM di Provinsi DIY. Selain itu, penerapan akuntansi terbukti memoderasi hubungan tersebut, memperkuat dampak positif modal sosial terhadap adopsi teknologi keuangan digital. Temuan ini menegaskan pentingnya memperkuat jaringan sosial dan meningkatkan literasi akuntansi di kalangan pelaku UMKM untuk mendorong inovasi dan efisiensi operasional. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dan praktisi dalam merancang strategi pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan.

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini melibatkan 120 responden yang seluruhnya bertempat tinggal di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), meskipun beberapa di antaranya berasal dari luar wilayah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Safety* dan *Bonding* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dompet digital, dengan nilai signifikansi sebesar 0,05. Di sisi lain, variabel *Trust* dan *Bridging* tidak menunjukkan pengaruh signifikan, karena memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Selain itu, ditemukan bahwa variabel Pemahaman Akuntansi memoderasi pengaruh variabel *Safety* pada UMKM dalam penggunaan dompet digital, dengan nilai signifikansi sebesar 0,02, yang lebih kecil dari

0,05. Namun, variabel Pemahaman Akuntansi tidak memoderasi pengaruh variabel *Bonding*, karena nilai signifikansinya adalah 0,097, yang lebih besar dari 0,05.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut dengan memperluas lokasi penelitian, sehingga dapat menjangkau hasil yang lebih beragam dan menggambarkan kondisi yang lebih luas. Selain itu, cakupan responden juga dapat diperluas dengan melibatkan berbagai jenis UMKM lainnya, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan mencerminkan kondisi UMKM secara lebih menyeluruh. Di sisi lain, pada aspek Modal Sosial, penelitian ini hanya memfokuskan pada beberapa variabel saja. Variabel lain seperti Norma, Jejaring dan Identifikasi masih dapat dikembangkan dalam penelitian yang lain.

Oleh karena itu, ke depannya, penelitian ini dapat dikembangkan lebih komprehensif dengan memasukkan variabel atau komponen lain dalam Modal Sosial yang relevan, agar memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan holistik terkait dengan peran Modal Sosial dalam perkembangan UMKM baik di Daerah Istimewa Yogyakarta maupun di daerah lain di Indonesia.

Daftar Pustaka

- Alda Sanchez, E. *et al.* (2011) *World Development Report, Conflict, Security, and. u.o, World Bank Publications.*
- Alwendi (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Manajemen Bisnis*, 17.
- Bataria, A., Bima, J. and Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *SEIKO: Journal of Management and Business*, 2, pp. 1–10.
- Bhandari, H. and Yasunobu, K. (2009). What Is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept. *Asian Journal of Science*, 37, pp. 480–510.
- Bourdieu, P. and Nice, R. (1980). The production of belief: contribution to an economy of symbolic goods. *Media Culture Society*, 2, pp. 261–293.
- Bungin, B. (2014). Penelitian Kualitatif. *Jakarta: Kencana Prenada Media* [Preprint].
- Burchell, S., Clubb, C. and Hopwood, A.G. (1985). Accounting in its social context: Towards a history of value added in the United Kingdom. *Accounting, Organizations and Society*, 10(4), pp. 381–413.
- Carla Sheila Wulandari (2023). Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi, *Bank Indonesia Institute, Jakarta*
- Coleman, J.S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *The University of Chicago Press*, 94, pp. 95–120.
- Cooper, D.J. and Robson, K. (2006). Accounting, professions and regulation: Locating the sites of professionalization. *Accounting, Organizations and Society*, pp. 415–444.
- Fitri Harseno, D. and Achjari, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet di Indonesia. *Accounting And Business Information Systems Journal*, 9.
- Fukuyama, F. (2000). Social Capital and Civil Society. *IMF Working Papers*, 2000(074), pp. 3–17.
- Fukuyama, F. (2002). *Trust : Kebijakan Sosial dan Penciptaan Kemakmuran / Francis Fukuyama*. 1st edn. Yogyakarta: Qalam.
- Fukuyama, F. (2005). *Güven/Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür.
- Hamsah (2017). *Modal Sosial dalam Makassar Tidak Rantasa*. Edited by A. Pallawagau. MIB Indonesia.
- Hanifan (1916). The Rural School Community Center. *Sage*, 67(1), pp. 130–138.
- Hines, R.D. (1988). Financial accounting: In communicating reality, we construct reality. *Accounting Organizations and Society*, 13(3), pp. 251–261.

-
- Hopwood, A.G. (1987). *The Archaeology Of Accounting Systems*. 12, pp. 207–234.
- Hughes, J. and Stone, W. (2002). Laporan Kerja Lapangan Proyek Keluarga, Modal Sosial dan Kewarganegaraan. *Institut Studi Keluarga Australia*.
- Hughes, J. and Stone, W. (2002). Modal sosial: Makna Empiris Dan Validitas Pengukuran. *Melbourne: Institut Studi Keluarga Australia*, 27, pp. 1-27
- Kadiyono, A.L. (2013). Analisis Social Capital Pada Pelaku Agribisnis Dalam Mengembangkan Kemampuan Sebagai Entrepreneur. *Simposium Kebudayaan Indonesia Malaysia (SKIM) XIIIAt: Universitas Padjadjaran - Indonesia*, 13, pp. 1–15.
- Kast, F.E. and Rosenzweig, J.E. (1970). *Organisasi & Manajemen*. Academy of Management.
- Laela Nur Janah, Supanji Setyawan, (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Penggunaan Dompot Digital Di Indonesia. *Journal of Educational and Language Research* Vol.1, No.7 Februari 2022, Magelang
- Lawson, R. *et al.* (2003). Factors affecting adoption of electronic commerce technologies by SMEs: An Australian study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(3), pp. 265–276.
- Ling, J. and Catling, J. (2012). *Cognitive Psychology*. Prentice Hall.
- Mulyana, A. and Wijaya, H. (2018). Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android. *Komputika*, pp. 1–7.
- Paxton, P. (1999). Is Social Capital Declining in the United States? A Multiple Indicator Assessment. *American Journal of Sociology*, 105, pp. 88–127.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Sociology Year in Review*, 24, pp. 1–24.
- Powe, M. (2015). How accounting begins: Object formation and the accretion of infrastructure. *Accounting, Organizations and Society*, 13, pp. 1–13.
- Putnam, R. (2001). Social Capital: Measurement and Consequences. *Sociology, Political Science, Economics*, p. 1.
- Rahel Widiawati, K. (2015). *Modal Sosial Dan Ekonomi Industri Kecil : Sebuah Studi Kualitatif / Dr. Rahel Widiawati Kimbal, M.E.* Deepublish.
- Robson, K. (1991). On the arenas of accounting change: The process of translation. *Accounting, Organizations and Society*, 16(5–6), pp. 547–570.
- Santoso, S. (2021). *Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Satria Dollu, E.B. (2020). Modal Sosial: Studi Tentang Kumpo Kampo sebagai Strategi Melestarikan Kohesivitas Pada Masyarakat Larantuka di Kabupaten Flores Timur. *Warta Governare*, 1, pp. 59–72.
- Shaury, S. (2019). Analisis Positioning E-Wallet Berdasarkan Perceptual Mapping. *SEIKO : Journal of Management & Business*, pp. 73–82.
- Sholikah, M. and Achadiyah, B.N. (2017). Perlakuan Akuntansi Untuk Aset Bersejarah ”Candi Rimbi” Jombang. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, pp. 29–47.
- Statistik, B.P. (2021). *Statistik Modal Sosial, Badan Pusat Statistik*.
- Sugiyono (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundberg, M. (2016). Heritage Perceptions: A Study Of Southwest Minneapolis. *University of Minnesota M.S. thesis*, 168, pp. 1–168.
- Thomas, S. (2020). *Memahami Modal Sosial*. CV Saga Jawadwipa.
-

-
- Tóth, Z. *et al.* (2022). Social Capital Creation on Professional Sharing Economy Platforms: The Problems of Rating Dependency And The Non-Transferability of Social Capital. *Journal of Business Research*, pp. 450–460.
- Villiers, C. de, Torre, M. La and Botes, V. (2022). Accounting and social capital: A review and reflections on future research opportunities. *Accounting & Finance*, pp. 4485–4521.
- Walker, S. (2016). Meninjau Kembali Peran Akuntansi Dalam Masyarakat. *Akuntansi, Organisasi dan Masyarakat*, pp. 41–50.
- Walker, S.P. (2005). Accounting In History. *Accounting Historians Journal*, 32, pp. 233–259.
- Watts, R.L. and Zimmerman, J.L. (1990). Positive Accounting Theory: A Ten Years Perspective. *American Accounting Association*, pp. 131–156.
- Wendy, S. (2001). *Measuring Social Capital: Towards a Theoretical Informed Measurement Framework for Researching Social Capital in Family and Community Life*. Australian Institute of Family Studies.
- Winte, I.C. (2000). Social Capital And Public Policy in Australia. *Australian Institute of Family Studies*. [Preprint].