

The Effect Improving Financial Performance and Consumer Satisfaction on the Use of E-commerce Based Accounting information System in Micro, Small and Medium Enterprises (Study on Thrifty the Sidoarjo Region)

[Pengaruh Peningkatan Kinerja Keuangan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada Pedagang Thrift di Wilayah Sidoarjo)]

Fatma Watul Aziza¹⁾, Imelda Dian Rahmawati^{*,2)}

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: imeldadian@umsida.ac.id

Abstract. *The purpose of this research is to find out and provide evidence of effectiveness in developing strategies on how to win the competition by measuring the level of customer satisfaction, improving financial performance. The focus of this research is the application of appropriate market segmentation and effectiveness in improving financial performance in online sales, what is the role of e-commerce in sales so that it can support financial performance and customer satisfaction in product purchases. This study uses a method of measurement with a quantitative method that is used to examine the group that has been determined. This quantitative method uses data in the form of numbers which are then processed using statistical tools.*

Keywords - improved financial performance; consumer satisfaction; use of e-commerce based accounting information systems

Abstrak. *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memberikan bukti efektivitas dalam mengembangkan strategi bagaimana cara untuk memenangkan persaingan dengan mengukur tingkat kepuasan konsumen, meningkatkan kinerja keuangan. Fokus penelitian ini adalah penerapan segmentasi pasar yang tepat dan efektivitas dalam peningkatan kinerja keuangan pada penjualan secara online bagaimana peran e-commerce dalam penjualan tersebut sehingga dapat menunjang kinerja keuangan dan kepuasan konsumen dalam pembelian produk. Penelitian ini menggunakan cara pengukuran dengan metode kuantitatif yang digunakan untuk meneliti dari kelompok yang sudah ditentukan. Metode kuantitatif ini menggunakan data berupa angka yang kemudian diolah menggunakan alat statistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-commerce menawarkan berbagai macam peluang bagi UMKM tanpa harus mengeluarkan biaya untuk meningkatkan efisiensi kerja baik secara tenaga ataupun efisiensi waktu.*

Kata Kunci - peningkatan kinerja keuangan; kepuasan konsumen; penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha semakin ketat dan kompleks sehingga telah menuntut untuk melakukan suatu inovasi dan kreativitas baik di segala bidangnya. Maka dari itu perlunya pemasaran melalui *e-commerce*. Keunggulan yang didapatkan melalui *e-commerce* bisa menjangkau pasar yang lebih luas dan mengefektifkan biaya pemasaran, juga membuat ruang dan waktu saat melakukan pemasaran yang tidak terbatas. Ketatnya persaingan di dunia pasar telah melakukan pemaksaan secara tidak langsung dalam mencapai keunggulan strategi dengan benar. Bagaimana konsumen berperilaku tentunya menjadi sangat penting di kegiatan pemasaran. Teknologi informasi telah berevolusi pada beberapa tahun yang lalu hanya perusahaan yang besar yang mampu melakukannya. Namun sekarang dapat dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai upaya untuk meningkatkan informasi yang dibutuhkan dalam mendukung bisnisnya.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan suatu kegiatan usaha ekonomi yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang dilakukan oleh masyarakat di kalangan menengah kebawah. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah perusahaan produktif yang berdiri sendiri, yang dijalankan oleh individu atau badan usaha disemua sektor ekonomi[1]. *E-commerce* sebagai kegiatan perdagangan barang dan jasa, pengiriman, serta kegiatan pertukaran lainnya melalui jaringan internet[2]. Oleh karena itu pelaku usaha di tuntut agar selalu fokus pada masa depan dan harus memiliki kecermatan dalam mengikuti segala bentuk perubahan dan perkembangan yang terjadi di

masyarakat, maka perubahan tersebut di sesuaikan dengan program pemasaran penjualan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Kepuasan pelanggan merujuk pada perasaan puas ataupun kecewa yang dirasakan oleh pembeli yang ada melalui perbandingan kinerja dengan persepsi produk (hasil) terhadap harapan pembeli[3].

Ketertarikan seseorang terhadap gaya hidup atau cara berpakaian dapat mempengaruhi segmentasi pasar. Salah satu contoh usaha *thrift* yang dapat membangun segmentasi pasar dengan menawarkan pakaian bekas yang layak pakai. Pakaian menjadi kebutuhan pokok manusia yang juga harus tersedia. Kemajuan di bidang teknologi informasi terutama pada penggunaan *E-commerce* telah membawa perubahan dan mendukung pelaku usaha untuk mempermudah melakukan pemasaran. Namun, tidak mudah untuk menjadi pemilik UMKM *thrift* yang memiliki tanggung jawab besar menjalankan usaha, banyak tantangan yang harus dihadapi oleh Sebagian pelaku UMKM baik secara internal maupun eksternal. Pelaku UMKM *thrift* di wilayah Sidoarjo memiliki keterbatasan dalam melakukan pemasaran melalui *e-commerce* karena kurangnya pengetahuan pada penggunaan *e-commerce*. Selain itu, banyak pesaing dengan kelas *middle-up* yang menjadi hambatan pada penjualan, dan kurangnya penerapan segmentasi pemasaran atau target pasar yang akan dituju. Sehingga tidak banyak juga pelaku UMKM *thrift* mengalami gulung tikar. Salah satunya pengetahuan tentang penerapan sistem informasi akuntansi. Dapat disimpulkan bahwa sistem informasi akuntansi yang relevan, dapat dipercaya, lengkap, tepat waktu, dapat dimengerti, dan dibuktikan kebenarannya. Selain itu, dapat memberikan peran penting dalam pengambilan keputusan pengelolaan usaha kecil baik dari segi internal maupun eksternal.

Pada penelitian[4], disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh pada penjualan bisnis dengan mendorong peningkatan jumlah pelanggan, membantu komunikasi lebih cepat dan efisien pada pelanggan, mengakses pasar global semakin luas, dan meningkatkan kepuasan pada pelanggan. Pada penelitian[5], hasil perhitungan estimasi model regresi linier berganda antara penggunaan *e-commerce* dengan peningkatan penjualan terdapat pengaruh yang signifikan promosi di media sosial secara parsial terhadap kinerja penjualan pedagang di pasar legi pagi kota Tegal, dengan demikian kedua hipotesis dapat diterima kebenarannya. Pada penelitian[6], dengan menggunakan *e-commerce* pelaku usaha mendapatkan manfaat yang dijadikan sebagai keunggulan bersaing sehingga pelaku usaha dapat memberikan layanan terbaik untuk pelanggannya. Pada penelitian[7], berpengaruh positif bahwa adanya aplikasi *e-commerce* mampu meningkatkan hasil pemasaran produk. Hasil dari penelitian implementasi *corporate social responsibility* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan teori *stakeholder* berpengaruh positif yang signifikan, bahwa terciptanya suatu hubungan yang harmonis dapat membuat pelanggannya merasa puas akan berbagai hal dan berpengaruh pada pelaku bisnis[8].

Melihat kenyataan tersebut maka penggunaan teknologi *e-commerce* merupakan salah satu faktor terpenting yang mendukung keberhasilan seorang pengusaha. Dalam hal ini, menjadi sudut pandang dari penulis digunakan sebagai tujuan penelitian untuk mengetahui dan memberikan bukti efektivitas dalam mengembangkan strategi bagaimana cara untuk memenangkan persaingan dengan mengukur tingkat kepuasan konsumen, meningkatkan kinerja keuangan. Fokus penelitian ini adalah Penerapan segmentasi pasar yang tepat dan efektifitas dalam peningkatan kinerja keuangan dalam penjualan secara online bagaimana peran *e-commerce* dalam penjualan tersebut sehingga dapat menunjang kinerja keuangan dan kepuasan konsumen dalam pembelian produk.

Berdasarkan fenomena tersebut terdapat hasil yang berbeda pada penelitian sebelumnya. Adanya penelitian terdahulu maupun peristiwa itu menjadikan penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen pada penggunaan *e-commerce* pada UMKM *thrift* di wilayah Sidoarjo. Kemudian penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Peningkatan Kinerja Keuangan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Pada Pedagang Thrift di Wilayah Sidoarjo)*”.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Berbasis E-Commerce

E-commerce merupakan salah satu tempat perdagangan secara online untuk para pelaku bisnis menjalankan bisnisnya, baik itu menjual, membeli atau yang lainnya. Ketertarikan pelaku usaha UMKM dalam mengimplementasikan *e-commerce* memiliki ketertarikan yang sangat minim. Penelitian tentang minat *e-commerce* dilakukan dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan minat belanja online dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM[9]. Ketertarikan dapat berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM yang ada di Indonesia[10]. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di kota Lhokseumawe[11]. Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Kinerja Keuangan Berpengaruh Signifikan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Berbasis E-commerce

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Berbasis E-Commerce

E-commerce dapat memberikan pengaruh pada penjualan melalui kepuasan konsumen, konsumen dapat merasa kecewa atau puas berdasarkan persepsi yang dibuat dan harapan hasil layanan. Kepuasan pelanggan merupakan isu penting di bidang pemasaran dan penjual karena konsumen yang merasa puas dapat menjadi pelanggan setia dan

harus memastikan profitabilitas yang sangat penting terkait dengan kualitas pelayanan. *E-commerce* dinilai memberikan kelebihan terhadap kepuasan pelanggan dengan adanya jaminan dalam transaksi seperti konfirmasi penerimaan barang sebelum pembayaran, metode transfer kepada penjual, rekomendasi *star seller*, dan penilaian dari konsumen adalah sarana untuk menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan[12]. Hasil analisis website e commerce bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk ,layanan dan website dengan nilai kontribusi untuk pengaruh website, kualitas produk dan yang paling menentukan adalah pengaruh kualitas layanan[13]. Terdapat hubungan diantara kepuasan konsumen dengan transaksi onlie dimana ketika tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi maka akan meningkatkan kualitas transaksi online Adapun sebaliknya, jika semakin rendah kepuasan konsumen maka semakin rendah kualitas transaksi online[14]. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H2 : Kepuasan Konsumen Berpengaruh Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Berbasis *E-commerce*

II. METODE

Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan desain klausal. Penelitian klausal yaitu penelitian untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat[15]. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini mengungkapkan pengaruh kinerja keuangan dan kepuasan konsumen sebagai variabel independent terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sebagai variabel dependen.

Tabel 1. Klasifikasi Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Sistem informasi berbasis <i>e-commerce</i> (Y)	1. Transaksi yang akan lebih efektif penggunaannya. 2. semakin meningkat serta meluas cakupannya. 3. membantu memasuki pasar global.	[16]
2	Kinerja Keuangan (X1)	1. Tingkat penjualan pertumbuhan pasar 2. peningkatan modal 3. peningkatan keuntungan usaha.	[17]
3	Kepuasan Konsumen(X2)	1. Pembelian ulang 2. Peningkatan promosi 3. Pelanggan bertambah 4. Peluang pengembangan bisnis semakin besar	[18]

Populasi dan Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut[19]. Populasi di artikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[20]. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pelaku UMKM *thrifting* di wilayah kota sidoarjo terutama pada anggota comunity delta *thrift*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 102 anggota. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah Teknik sampling jenuh, yang berarti semua anggota populasi yang akan dijadikan sampel karena populasi relatif kecil. Teknik sampling jenuh ini termasuk dari jenis Nonprobability sampling. Non Probability merupakan unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel[22]. Maka sampel yang digunakan pada penelitian ini pelaku UMKM *thrifting* di wilayah kota sidoarjo terutama pada kelompok community delta *thrift* sebanyak 102 responden.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan melalui wawancara baik berupa teks yang di catat maupun rekaman[23]. Dalam hal ini Peneliti langsung bertemu dengan subjek penelitian untuk mendapatkan informasi langsung dari responden pemilik usaha *thrift* di sidoarjo. Dalam hal ini data yang didapatkan dari jawaban kuisisioner yang akan dikumpulkan dan di analisa menjadi hasil penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data dengan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data[24]. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dan gabungan ketiganya. Namun, pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner pada penelitian akan dibagikan pada responden secara langsung melalui *Google Form*. Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti menggunakan skala *Likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif

pertanyaannya, misalnya adalah sari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, baik sampai tidak baik. Responden diminta untuk menjawab dengan nilai sebagai berikut.

Tabel 2. Skala Likert

No	Pertanyaan	Nilai
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Kurang Setuju (KS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Peneliti menggunakan bantuan SPSS (Statistical Package for Social Science) sebagai alat untuk menganalisis data. Sebelum itu, pertanyaan pada kuesioner perlu diidentifikasi validitas dan reabilitasnya dengan melakukan pengujian validitas dan pengujian reabilitas. Setelah pertanyaan atau kuis telah memenuhi uji validitas dan reabilitas maka selanjutnya adalah melakukan uji pengaruh yaitu uji t dan uji determinasi (R^2).

1. Uji Statistik deskriptif

Menurut [26] statistik deskriptif adalah yang menggunakan data sampel atau populasi apa adanya untuk menggambarkan atau memberikan gambaran tentang subjek penelitian tanpa melakukan analisis atau menarik kesimpulan

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui kelayakan pertanyaan dalam angket dan dapat digunakan dalam suatu penelitian[27]. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan mencari data primer dalam penelitian dapat digunakan untuk menguku perbaikan apa yang perlu dilakukan. Penelitian ini menggunakan uji validitas dari jumlah pertanyaan variabel X1, variabel X2, dan variabel Y

3. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan[28]. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner sebagai alat ukur harus mempunyai reliabilitas yang tinggi. Perhitungan reliabilitas hanya bisa dilakukan jika variabel pada kuesioner tersebut sudah valid.

4. Metode Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk mempelajari hubungan antara beberapa variabel independen dan satu variabel dependen.

5. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara beberapa variable yang diteliti. Nilai koefisien ini determinasi dari 0 sampai 1, jika hasilnya mendekati 1, berarti kemampuan variabel independen kuat pengaruhnya terhadap variable dependen[29].

6. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen[30]. Uji t dapat dilakukan dengan 2 cara yang pertama adalah dengan uji signifikan, yang memiliki ketentuan apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Yang kedua dengan cara melakukan perbandingan antara hitung dengan ttable, yaitu jika thitung lebih besar dari t tabel maka terdapat pengaruh variable independen terhadap variable dependen.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan kriteria sampel penelitian ada sebanyak 102 kuesioner yang dibagikan kepada responden. Yaitu pedagang Usaha Mikro Kecil Menengah thrifting. Hasil uji karakteristik responden atau pelaku usaha ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin		

Laki-Laki	28	27.5
Perempuan	74	72.5
Umur		
20-25	77	75.5
25-30	25	24.5
Pendidikan		
SMP	1	1
SMA	63	61.8
Sarjana	38	37.3
Usia Usaha		
1 Tahun	25	24.5
2 Tahun	33	32.4
3 Tahun	26	25.5
5 Tahun	9	8.8
Lebih dari 5 Tahun	9	8.8
	102	100%

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel 3 terdapat 102 responden yang diketahui presentase jumlah laki-laki 27.5%, sedangkan jumlah presentase responden perempuan 72,5%. Jumlah presentase umur responden menunjukkan bahwa usia 20-25 tahun mencapai 75.5%, sedangkan pada usia 23-30 tahun menunjukkan hasil presentase 24.5%. Pada tingkat Pendidikan responden rata-rata hasil menunjukkan pada tingkat SMA (Sekolah Menengah Keatas) dengan presentase 61.8%. sedangkan usia usaha pada responden rata-rata menunjukkan hasil 32.4%.

B. Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item	r- hitung	r- tabel	Keterangan
Kinerja Keuangan (X1)	X1	0.746	0.192	Valid
	X2	0.771	0.192	Valid
	X3	0.766	0.192	Valid
	X4	0.784	0.192	Valid
	X5	0.787	0.192	Valid
	X6	0.796	0.192	Valid
	X7	0.762	0.192	Valid
	X8	0.788	0.192	Valid
	X9	0.789	0.192	Valid
	X10	0.708	0.192	Valid
Kepuasan Konsumen (X2)	X1	0.758	0.192	Valid
	X2	0.744	0.192	Valid
	X3	0.822	0.192	Valid
	X4	0.804	0.192	Valid
	X5	0.786	0.192	Valid
	X6	0.686	0.192	Valid
	X7	0.768	0.192	Valid
Sistem Informasi Akuntansi Berbasis <i>E-commerce</i> (Y)	Y1	0.654	0.192	Valid
	Y2	0.811	0.192	Valid
	Y3	0.781	0.192	Valid
	Y4	0.782	0.192	Valid
	Y5	0.709	0.192	Valid
	Y6	0.697	0.192	Valid
	Y7	0.734	0.192	Valid

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah alat ukur yang dipasang pada konfigurasi tipe kuisioner dapat menjalankan fungsinya, untuk menguji valid atau tidaknya suatu alat ukur maka digunakan pendekatan secara statiska yaitu menggunakan nilai koefisien korelasi butir pertanyaan dengan skor keseluruhan item lainnya $> 0,192$ atau dapat diartikan jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka nilai tersebut dapat dikatan valid. Dari hasil tabel 4 terlihat bahwa pada variabel independent *Kinerja Keuangan (X1)*, *Kepuasan Konsumen(X2)*, dan variabel dependen *Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce (Y)* dapat dikatakan valid karena nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan sebagai analisis selanjutnya.

C. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Reliabilitas

Variabel	Cronbach' s Alpha	Keterangan
Kinerja Keuangan (X1)	0.923	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X2)	0.883	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce (Y)	0.861	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Pengujian realibilitas diukur menggunakan teknik koefisien *cronbach's alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *cronsbach's alpha* $> 0,60$. Diketahui hasil dari tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *cronsbach's alpha* untuk variabel independen *Kinerja Keuangan (X1)* sebesar 0.923, dan variabel *Kepuasan Konsumen (X2)* sebesar 0.883 sedangkan untuk variabel dependen peningkatan penjualan UMKM (Y) sebesar 0.861. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan ini bersifat reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi yang baik harus memiliki data yang terdistribusi secara normal dan tidak memiliki multikolinearitas serta heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian normalitas, heteroskedastisitas dan multikolinearitas untuk mengevaluasi kecocokan model sebelum dilakukan pengujian regresi.

Berdasarkan pada tabel 6 P-Plot dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Model regresi dikatakan normal jika data ploting mengikuti garis diagonal. Maka hasil data berdistribusi normal. Bisa dilihat pada lampiran.2 Grafik P-Plot.

Berdasarkan pada tabel 7. Uji heterokedastisitas residu tersebar secara acak dan tidak terdapat pola yang jelas, maka hal tersebut artinya menunjukkan bawah tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Bisa dilihat pada lampiran.3 Grafik P-Plot.

Tabel 6. Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerances	VIF	Keterangan
Peningkatan Kinerja Keuangan (X1)	0.423	2.366	Tidak Timbul Multikolinieritas
Kepuasan Konsumen (X2)	0.423	2.366	Tidak Timbul Multikolinieritas

a. Dependent variable : Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Berdasarkan pada tabel 8 Uji Multikolinieritas bisa dibuktikan dari hasil skor tolerances dan VIF (Variance Inflation Factor) jika VIF dibawah atau < 10 dan tolerances value di atas > 0.1 maka tidak terjadi multikolonieritas . Diketahui pada variabel independent peningkatan Kinerja Keuangan (X1) adalah nilai tolerances (0.423 > 0.1) dan nilai VIF (2.366 < 10). Sedangkan pada variabel independent kepuasan konsumen (X2) adalah nilai tolerances (0.423 > 0.1) dan nilai VIF (2.366 < 10), maka dapat disimpulkan data tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

E. Uji Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat hasil dari analisis regresi linier berganda yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	9.140	1.948	
Peningkatan Kinerja Keuangan (X1)	.165	.063	.264
Kepuasan Konsumen (X2)	.491	.091	.540

a. Dependent variable : Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Dapat dilihat dari tabel uji regresi linier berganda tersebut sehingga diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + B1 \cdot X1 + B2 \cdot X2$$

$$= 9.140 + 0,165 + 0.491$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas menjelaskan bahwa konstanta (a) yang dihasilkan sebesar 9,140 menunjukkan besar penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Apabila peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen adalah nol. Maka penggunaan sistem akuntansi berbasis *e-commerce* sebesar 9,140 satuan. Koefisiensi regresi pada peningkatan kinerja keuangan (X1) sebesar 0,165 menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan peningkatan kinerja keuangan akan menaikkan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Sedangkan pada koefisiensi regresi kepuasan konsumen (X2) sebesar 0,491 menunjukkan setiap kenaikan 1 satuan kepuasan konsumen akan menaikkan penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Nilai positif (+) pada peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen memiliki arti bahwa semakin tinggi penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* akan meningkat.

F. Uji Determinasi (R²)

Tabel 8. Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
Constant	0.760	0.577	0.569	2.21000

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN KONSUMEN, PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN

b. Dependent Variable: PENGGUNAAN E-COMMERCE

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

R Square 0,577.

Berdasarkan hasil tabel 10 Uji determinasi (R²) dipengaruhi nilai koefisien R Square (R²) sebesar 0.577 atau 57,7% yang artinya variabel penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* dapat diterangkan oleh variabel kepuasan konsumen dan peningkatan kinerja keuangan sebesar 57,7% dan sisanya 42,3%, di jelaskan oleh variabel lain diluar model, yang artinya kontribusi peningkatan kinerja keuangan, dan kepuasan konsumen terhadap variabel penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis akuntansi kuat.

G. Uji t (Parsial)

Tabel 9. Uji t

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
Constant	6.828	1,948		3,545	,001
Kinerja Keuangan	,287	,062	,424	4,648	,000
Kepuasan Konsumen	,388	,083	,426	4,678	,000

a. Dependent Variabel : Penggunaan E-commerce

Sumber: Pengolahan Data SPSS Versi 26

Berdasarkan pada penelitian hasil uji t tingkat signifikansi α dengan nilai 0,05 atau 5 % dengan menggunakan uji dua arah dan derajat kebebasan yaitu $n - k - 1$ ($102 - 2 - 1 = 99$). Maka diperoleh t table sebesar 1,984. Berdasarkan pada table diatas nilai t hitung pada variable Kinerja Keuangan X1 sebesar 4,648 . Karena nilai t hitung $>$ t table ($4,648 > 1,984$) dan nilai probabilitas signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima secara signifikan. Sedangkan pada hasil variable Kepuasan Konsumen X2 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,678. Karena nilai t hitung $>$ t table ($4,678 > 1,984$) dan nilai probabilitas signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima secara signifikan. Artinya variabel kinerja keuangandan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce sehingga hipotesis kedua menyatakan dapat diterima.

Pembahasan

Hasil pengolahan data bahwa secara serempak ada pengaruh peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen dengan demikian berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan sistem informasi berbasis *e-commerce* studi pada pedagang thrift di wilayah Sidoarjo.

Pengaruh Peningkatan Kinerja Keuangan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis

E-Commerce

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui peningkatan kinerja keuangan dapat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hal tersebut dapat dibuktikan pada penelitian hasil uji t diperoleh t table sebesar 1,984. Berdasarkan pada table uji t nilai t hitung pada variable Kinerja Keuangan X1 sebesar 4,648 . Karena nilai t hitung $>$ t table ($4,648 > 1,984$) dan nilai probabilitas signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 **diterima** secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [31] bahwa penggunaan *e-commerce* mempengaruhi usaha mikro kecil menengah dalam menjalankan kegiatan secara fleksibel sehingga dapat berpengaruh dalam melakukan peningkatan volume penjualan yang nantinya akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja keuangan. Menurut data dari kementerian komunikasi dan informatika, penjualan melalui internet oleh UMKM di Indonesia tahun 2019, 24% pelaku UMKM sudah memiliki akses ke internet namun belum dimanfaatkan untuk transaksi. Oleh karena itu diperlukan kesadaran pada pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan fasilitas teknologi yang tersedia [31]. Contoh realibel yang sejalan dengan penelitian [32] dapat mempermudah untuk memperoleh informasi baik itu tentang harga maupun detail produk dari pedagang lain melalui salah satu *e-commerce* yang digunakan sehingga dapat mengunggulkan produk nya sendiri untuk menaikkan tarif produknya. Selain itu juga dapat menekan biaya promosi melalui aplikasi atau periklanan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-Commerce*

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen dapat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*. Hal tersebut dapat dibuktikan pada hasil uji t variable Kepuasan Konsumen X2 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,678. Karena nilai t hitung $>$ t table ($4,678 > 1,984$) dan nilai probabilitas signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan H_1 **diterima** secara signifikan.. Hal tersebut sejalan dengan penelitian [33] pengaruh kepuasan konsumen harus sangat diperhatikan guna menjaga kepercayaan pelanggan dan image usaha. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan salah satu peran penting pada penjualan baik secara online maupun offline. Penelitian empiris yang dilakukan [34] melaporkan bahwa semakin besar tingkat konsumen mengalami kepuasan dengan berbelanja online, maka semakin besar kesempatan konsumen akan menyebarkan WOM (*word of mouth*) atau pemasaran dari mulut ke mulut yang positif. Selain dari itu calon pembeli online dapat melihat hasil ulasan konsumen sebelumnya melalui fitur pada *e-commerce*.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peningkatan kinerja keuangan, dan kepuasan kosumen terhadap penggunaan sistem informasi berbasis *e-commerce*. Subjek pada penelitian ini yaitu para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) thrifting di wilayah Sidoarjo. Dengan menggunakan sampel sebanyak 102 responden. Berdasarkan dari pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel peningkatan kinerja keuangan berpengaruh terhadap pada penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Pengaruh peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* (Studi pada pedagang thrift di wilayah Sidoarjo)” dapat diterima. *E-commerce* menawarkan berbagai macam peluang bagi UMKM tanpa harus mengeluarkan biaya untuk meningkatkan efisiensi kerja baik secara tenaga ataupun efisiensi waktu. Sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan pada penjualan.
2. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh terhadap pada penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Pengaruh peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* (Studi pada

pedangan thrift di wilayah Sidoarjo) dapat diterima. Pada hasil analisis dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang ditandai dengan *Repurchase* dan *word of mouth* salah satunya dapat dilakukan dengan memperhatikan yang dapat meningkatkan komitmen pelanggan.

VI. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang ada, maka saran yang direkomendasikan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan agar peneliti dapat menambah variabel lain sehingga dapat diketahui faktor penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.
2. Penelitian selanjutnya disarankan peneliti dapat memperluas jangkauan lokasi saat penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan bimbingan serta sumbangan pemikiran dari semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hidayatullah, M.Si., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
2. Yang tercinta Alm. Ayah, Ibu, Kakak, dan segenap keluarga Bani Jalil yang selalu memberikan dukungan moril serta doa dan restunya selama ini.
3. Yang terkasih Fendy Seswanto terimakasih atas motivasi, dukungan, saran dan dorongan kepada saya untuk segera menyelesaikan studi ini, karna dibalik perjuangan ini tujuan KITA segera terwujud.
4. Teman-teman Akuntansi B2 angkatan 2019 yang selalu memotivasi dalam penulisan proposal ini. Terutama untuk teman-teman Mey, Intan, dan Nuriya.

REFERENSI

- [1] A. Halim, "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju," *J. Ilm. Ekon. Pembang.*, vol. 1, no. 2, pp. 157–172, 2020, [Online]. Available: <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- [2] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. Yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060-9.
- [3] J. Nurjanah and T. Mery, "Pengaruh E-Service Quality Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus: Mahasiswa Kampus Ii Universitas Bung Hatta)," *Univ. Bung Hatta*, pp. 1–7, 2021.
- [4] N. Latifah, A. Widayani, and R. A. Normawati, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce Shopee," *BISMA J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, p. 82, 2020, doi: 10.19184/bisma.v14i1.13550.
- [5] F. A. Puji Lestari, "Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen," *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 1, p. 87, 2018, doi: 10.30998/sosioekons.v10i1.2411.
- [6] A. Sholikhah, "Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif," *KOMUNIKA J. Dakwah dan Komun.*, vol. 10, no. 2, pp. 342–362, 1970, doi: 10.24090/komunika.v10i2.953.
- [7] C. S. Terhadap, P. E. Kantor, and D. I. Makassar, "Cbc5Ba9D5C82Fc733516E016B4286D30," vol. 6, no. 2, pp. 180–187, 2017.
- [8] S. Salasa, T. W. Murni, and E. Emaliyawati, "Pemberdayaan pada Kelompok Remaja melalui Pendekatan Contingency Planning dalam Meningkatkan Kesiapsiagaan terhadap Ancaman Kematian Akibat Bencana," *J. Pendidik. Keperawatan Indones.*, vol. 3, no. 2, p. 154, 2017, doi: 10.17509/jpki.v3i2.9421.
- [9] D. Ngelyaratan, D. Soediantono, S. Staf, K. Tni, and A. Laut, "Customer Relationship Management (CRM) and Recommendation for Implementation in the Defense Industry: A Literature Review," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 2722–8878, 2022, [Online]. Available: <http://www.jiemar.org>
- [10] A. Faridatunniswah, "Pengaruh Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Pustakawan Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang," *J. Pendidik.*, vol. 1, p. 22, 2018.
- [11] D. R. M. Insana and R. S. Johan, "Peningkatan Kepuasan Konsumen Melalui Penggunaan E-Commerce," *Sosio e-Kons*, vol. 12, no. 02, p. 125, 2020, doi: 10.30998/sosioekons.v12i02.6451.
- [12] Z. Anggraeni, "Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah," 2017.
- [13] Ryan, Cooper, and Tauer, "Metodologi Penelitian," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, pp. 12–26, 2013.

- [14] J. Stavins, "No Title," *Consum. Prefer. Paym. methods Role Discount. surcharges*, vol. 94, pp. 35–53, 2018, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.06.013>.
- [15] H. Muhamad, "Metodologi Penelitian," pp. 34–44, 2019.
- [16] Willian, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [17] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060
- [18] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [19] Sri Ayu Dwi , Sinar Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi:3437-6392-26388
- [20] J. Föhling *et al.*, "Teknik Pengumpulan Data Penelitian," *Bitkom Res.*, vol. 63, no. 2, pp. 1–3, 2018, [Online]. Available:
- [21] N. Latifah, A. Widayani, and R. A. Normawati, "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E- Commerce Shopee," *BISMA J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 14, no. 1, p. 82, 2020, doi: 10.19184/bisma.v14i1.13550.
- [22] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014.
- [23] Handoko, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [24]] C. S. Terhadap, P. E. Kantor, and D. I. Makassar, "Cbc5Ba9D5C82Fc733516E016B4286D30," vol. 6, no. 2, pp. 180–187, 2017.
- [25] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [26] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014
- [27] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060
- [28] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [29] Handoko, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [30] R. Susanti, "Sampling Dalam Penelitian Pendidikan," *J. Teknodik*, no. 16, pp. 187–208, 2019, doi: 10.32550/teknodik.v0i0.543
- [31] F. A. Puji Lestari, "Pengaruh Web E-Commerce, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen," *Sosio e-kons*, vol. 10, no. 1, p. 87, 2018, doi: 10.30998/sosioekons.v10i1.2411.
- [32] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014.
- [33] A. Faridatunniswah, "Pengaruh Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Pustakawan Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang," *J. Pendidik.*, vol. 1, p. 22, 2018.
- [34] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060-9

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.