

FATMA WATUL
AZIZA_192010300102.pdf
by

Submission date: 11-Aug-2023 07:58PM (UTC+0700)

Submission ID: 2144426721

File name: FATMA WATUL AZIZA_192010300102.pdf (560.2K)

Word count: 7147

Character count: 45503

**PENGARUH PENINGKATAN KINERJA KEUANGAN DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENGUNAAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS E-COMMERCE PADA USAHA MIKRO
KECIL MENENGAH**

(STUDI PADA PEDANGANG THIRFT DI WILAYAH SIDOARJO)

Fatma Watul Aziza

Imelda Dian Rahmawati

Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

fatmawaziza@gmail.com

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 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. 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 pada penelitian ini menunjukan bahwa *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. 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.

Kata kunci : Peningkatan Kinerja Keuangan; Kepuasan Konsumen; Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce.

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. The results of this study indicate that e-commerce offers a variety of opportunities for MSMEs without having to incur costs to increase work efficiency both in terms of labor and time efficiency. So that it can improve financial performance on sales. it can be seen that to increase consumer satisfaction which is marked by repurchasing and word of mouth, one of which can be done by paying attention to what can increase customer commitment.

Keywords : Improved Financial Performance; Consumer Satisfaction; Use of E-commerce Based Accounting Information Systems.

PENDAHULUAN

Perekonomian merupakan salah satu komponen kesejahteraan rakyat yang menjadi tanggung jawab pemerintah. Pekerjaan merupakan hak setiap orang di Indonesia. Setiap individu memiliki hak dalam memilih pekerjaan salah satunya adalah berdagang dilakukan baik secara online maupun offline. Perkembangan bisnis online di Indonesia berlangsung dengan sangat cepat, ini menunjukkan bahwa zaman pemanfaatan teknologi telah mulai diakui keberadaannya. 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]. Pada era globalisasi saat ini perkembangan dunia usaha semakin ketat dan kompleks sehingga telah menuntut untuk melakukan suatu inovasi dan kerativitas 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 dikegiatan 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. Sejak ditemukannya teknologi informasi tersebut pada tahun 1990-an Pengguna teknologi informasi telah mengalami perkembangan terutama pada usaha berskala besar, dan kini penggunaannya meluas karena dipandang memberikan keuntungan yang signifikan kelancaran operasional bisnis atau usaha dalam meningkatkan pelayanan terutama terhadap kepuasan konsumen serta meningkatkan daya saing pelaku pedagang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Kepuasan konsumen dapat diartikan jika konsumen melakukan pembelian secara berulang dan menginformasikan kepada masyarakat dengan produk atau layanan yang diberikan, sehingga dapat memberikan rasa kepercayaan untuk merasakan keunggulan dari produk dan tidak berpindah pada toko atau produk lain. Semakin berkembangnya zaman hadirnya *e-commerce* memudahkan kegiatan jual beli dan pemasaran produk menjadi lebih efisien dimana pengguna *e-commerce* memberikan kemudahan manfaat, serta mempercepat proses transaksi bisnis berbasis *e-commerce*. *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 *thrifting* yang dapat membangun segmentasi pasar dengan menawarkan pakaian bekas yang layak pakai. Pakaian menjadi kebutuhan pokok manusia yang juga harus tersedia. Usaha ini termasuk dalam UMKM karena sejatinya masih belum banyak pelaku usaha yang membangun usahanya dengan sistem perniagaan yang tinggi[4]. *Thrift* merupakan salah satu usaha yang menunjang perekonomian di Indonesia. Keberadaan UMKM ini telah teruji pada saat krisis ekonomi yang melanda negara Indonesia pada tahun 2008, dimana banyak perusahaan yang kolaps sedangkan UMKM *thrift* masih berdiri tegak yang memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan daerah maupun negara[5]. *Thrifting* sebagai gaya hidup seseorang yang dapat menguntungkan karena dengan budget minimalis seseorang dapat tampil sesuai minatnya meski tidak sesuai dengan kelas ekonominya yang mana tidak jarang pakaian tersebut berasal dari brand ternama. Hal tersebut dapat dipastikan bahwa minat dari konsumen terhadap pakaian bekas tersebut masih saja ada dan mengalami peningkatan. Namun, semua barang yang dijual tidak selalu dengan barang yang jelek di dalamnya terdapat juga pakaian branded yang baru dan tidak lolos cek final dalam produksinya dan masih layak untuk digunakan. Pakaian bekas tidak hanya barang yang dipandang dengan sebelah mata, namun memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat mereka dapat memberikan perhatian terhadap lingkungan kepada masyarakat umum khususnya pembeli pakaian bekas [6]. *Thrifting* sendiri merupakan istilah kegiatan berbelanja barang-barang bekas yang masih memiliki kualitas bagus, baik pakaian, sepatu, tas, dan lain sebagainya dengan harga dan ukuran yang diinginkan. Selain itu, terdapat pakaian brand luar negeri ternama bahkan barang limited edition. Selain konsumen membeli untuk digunakan secara pribadi, beberapa konsumen membeli baju bekas tersebut untuk dijual kembali dengan alasan bisnis baju bekas. Kegiatan *thrifting* sudah dilakukan sejak dari dahulu dimulai dari pertengahan abad ke-14. Ketika itu eropa mengalami krisis ekonomi, sehingga terjadi populasi, terjadinya pemberontakan politik dan sosial, serta kelaparan massal yang sangat parah[7]. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha yang melakukan kegiatan jual beli barang bekas khususnya pada pakaian bekas yang menjadi alternatif untuk memenuhi kebutuhan pakaian sehari-hari. Selain itu, kegiatan *thrifting* ini ditujukan untuk melakukan kegiatan sosial, yaitu kegiatan amal. Pada umumnya pedagang yang menjual pakaian bekas ini, ingin melakukan kegiatan amal, menjaga lingkungan, dan pakaian tersebut merupakan dari pakaian pribadi dan hasilnya akan diberikan untuk orang yang membutuhkan. Selain itu, misi lingkungan juga bukan tujuan utama masyarakat Indonesia dalam trend ini, kebanyakan mereka menyukai aktifitas ini sebagai gaya hidup dan minat berbusana dengan mengandalkan pola pikir ekonomis atau hemat. Sebagai negara dengan penduduk terbanyak ke-4 di dunia, Indonesia menjadi sarana bagus untuk memunculkan peluang usaha baru untuk memperluas trend saat ini karena semakin banyak populasi manusia disuatu tempat tentu tingkat konsumsinya semakin tinggi khususnya pada konsumsi pakaian. Segmentasi pasar pada pedagang *thrift* berbeda dengan pedagang fashion lainnya karena terdapat keunikan dimana pelaku usaha akan melakukan Namun, Peningkatan jumlah dan nilai pakaian bekas di Indonesia telah menciptakan peluang usaha baru sehingga meningkatkan jumlah pedagang *thrifting*. Hal ini berdampak pada ketatnya tingkat persaingan yang ada. Namun, para pelaku usaha saat ini tidak ada badan legalitas yang menaunginya tetapi terdapat komunitas atau wadah bagi pelaku usaha pada di setiap daerahnya. Pada penelitian ini memilih suatu lokasi pada kota sidoarjo dimana pelaku usaha pedagang *thrifting* menyebar di setiap tempat pedagang kaki lima berkumpul dan terkadang bergabung dengan event besar.

Kemajuan di bidang teknologi informasi terutama pada penggunaan *E-commerce* lah membawa perubahan dan mendukung pelaku usaha untuk mempermudah melakukan pemasaran. Namun, tidak mudah untuk menjadi pemilik UMKM *thrifting* 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 [10] target pasar yang akan dituju. Sehingga tidak banyak juga pelaku UMKM *thirfting* mengalami gulung tikar. Salah satunya [10] mengetahui 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 ke [4] baik dari segi internal maupun eksternal.

Motivasi dari penggunaan *E-commerce* dalam meningkatkan pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan serta meningkatkan daya saing pelaku usaha untuk mempercepat dan meningkatkan penjualan dan kinerja keuangan maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang pesat tersebut yang dapat memanfaatkan layanan secara online yang berbasis *E-commerce*. *Resource-Based Theory (RBT)* adalah suatu gagasan yang berkembang dalam teori manajemen strategi dan keunggulan kompetitif perusahaan, yang menyakini bahwa suatu perusahaan akan mencapai keunggulannya apabila perusahaan memiliki sumber daya yang unggul [8]. Secara garis besar *Resource-Based Theory* ini berkesinambungan dengan upaya perusahaan untuk mencapai keunggulan sehingga dapat menyaingi kompetitor lainnya dan menggabungkan penggunaan aset-aset untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kinerja yang optimal. Perolehan keunggulan tersebut merupakan hasil kinerja keuangan yang baik dengan cara memiliki, menguasai serta menggunakan aset-aset yang penting. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan yang berkelanjutan. Berdasarkan teori *stakeholder* perusahaan yang ingin mengetahui lebih dari sekedar kinerja [20] keuangan perusahaan tetapi juga ingin mengetahui mengenai kinerja non keuangan seperti lingkungan dan sosial dapat disimpulkan bahwa perusahaan tidak hanya menjalankan bisnisnya untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) [9]. Perusahaan harus memberikan manfaat dan memenuhi harapan dari konsumen (*stakeholder*) dengan tanggung jawab sosial. Hasil keuangan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan selama periode tertentu dan tercermin dalam laporan keuangan yang menggambarkan kesehatan perusahaan. Kinerja keuangan merupakan gambaran efektivitas organisasi dalam pelaksanaan program atau keberhasilan dalam mewujudkan visi dan misi organisasi. [10]. Sedangkan kinerja keuangan adalah gambaran dari keberhasilan perusahaan sebagai hasil dari kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang telah dilakukan oleh perusahaan [11]

Sementara itu, hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [12], bahwa peningkatan penjualan meningkat yang berpengaruh pada kinerja keuangan secara signifikan melalui penggunaan *e-commerce* dan memiliki korelasi dengan kategori yang kuat berdasarkan interpretasi yang ditampilkan pada pedoman interpretasi penelitian. Penelitian pada [13], disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* dapat berpengaruh besar 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 [14], 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 [15], terdapat pengaruh penggunaan sesudah menggunakan *e-commerce* yang mempermudah proses bertransaksi jual beli produk kria siswa SMK Negeri Ngraho. *E-commerce* membantu siswa yang kesulitan dalam penjualan produk dalam hal ini penggunaan *e-commerce* sangat berpengaruh dalam peningkatan penjualan sehingga berpengaruh pada peningkatan keuangan. Pada penelitian [16], dengan menggunakan *e-commerce* pelaku usaha mendapatkan manfaat yang dijadikan sebagai keunggulan bersaing sehingga pelaku usaha dapat memberikan layanan terbaik untuk pelanggannya. Pada penelitian [17], 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 [18]. penelitian tentang strategi UMKM di Sumatra untuk mencapai keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan *Resource-Based Theory (RBT)* berpengaruh positif yang signifikan dimana kemampuan pemasaran juga membantu UMKM untuk merespons peluang dan ancaman eksternal dengan lebih baik [19]. Pada penelitian [20], bahwa pelaku UMKM di desa karangsari beranggapan penggunaan *e-commerce* dapat memberikan manfaat yang signifikan pada penjualan sehingga dapat memberikan efisiensi bisnis pada peningkatan penjualan [4], dan memberikan efisiensi bisnis dengan biaya operasional yang dapat terkendali.

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 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 thrifting 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

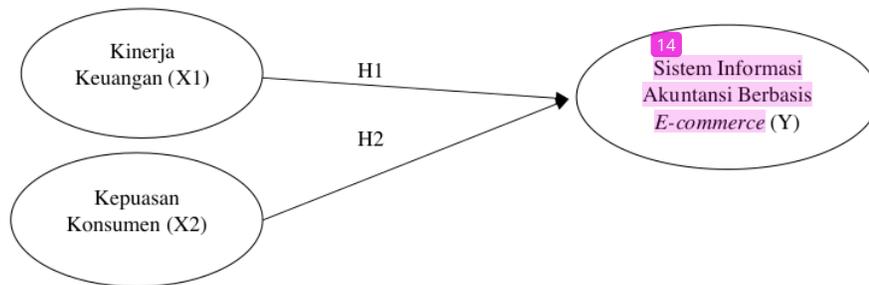
E-commerce merupakan salah satu dampak perdagangan secara online untuk para pelaku bisnis menjalankan bisnisnya, baik itu menjual, membeli atau yang lainnya. Ketertarikan pelaku usaha UMKM dalam mengimplentasikan *e-commerce* memiliki ketertarikan yang sangat minim. Penelitian tentang minat *e-commerce* dilakukan dengan hasil penelitian menunjukan bahawa perbedaan minat belanja online dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM[21]. Ketertarikan dapat berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM yang ada di indonesia[22]. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan UMKM di kota lhokseumawe[23]. Berdasarkan uraian diatas 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 penjuala 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[24]. Hasil analisis website e commerce bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas produk ,layanan dan website dengan nilai kontribusi yang pengaruh website, kualitas produk dan yang paling menentukan adalah pengaruh kualitas layanan[25]. Terdapat hubungan diantara kepuasan konsumen dengan transaksi online 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[26]. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

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



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

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. Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif yang diawali dengan teori gagasan, hipotesis, dan asumsi sebelum mengumpulkan data lapangan. Setelah sejumlah data yang diperlukan telah diperoleh dari hasil turun lapangan, maka peneliti akan melakukan Analisa data lapangan tersebut untuk hasilnya dicocokkan kembali dengan teori-teori, konsep, hipotesa, juga asumsi yang di tetapkan sebelumnya. Semakin besar

sample dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel[27]. Untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30[28]. Dalam hal ini peneliti melakukan kajian pada populasi dan sampel terhadap pelaku pedagang thrift di kota sidoarjo untuk di survey kemudian mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek maupun subjek yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat dibuat kesimpulannya[29].

Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan desain kausal. Penelitian kausal yaitu penelitian untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat[30]. 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.	[31]
2	Kinerja Keuangan (X1)	1. Tingkat penjualan pertumbuhan pasar 2. peningkatan modal 3. peningkatan keuntungan usaha.	[32]
3	Kepuasan Konsumen(X2)	1. Pembelian ulang 2. Peningkatan promosi 3. Pelanggan bertambah 4. Peluang pengembangan bisnis semakin besar	[33]

Populasi dan Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut[34]. 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[35]. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pelaku UMKM thirfting di wilayah kota sidoarjo terutama pada anggota community delta thirft. 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[36]. Maka sampel yang digunakan pada penelitian ini pelaku UMKM thirfting di wilayah kota sidoarjo terutama pada kelompok community delta thirft 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[36]. Dalam hal ini Peneliti langsung bertemu dengan subjek penelitian untuk mendapatkan informasi langsung dari responden pemilik usaha thirfting 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[37]. 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, sena 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

Sumber : [38]

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 [39] 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 [40]. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan mencari data primer dalam penelitian dapat digunakan untuk mengukuri 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 [41]. 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 variabel yang diteliti. Nilai koefisien ini determinasi dari 0 sampai 1, jika hasilnya mendekati 1, berarti kemampuan variabel independen kuat pengaruhnya terhadap variabel dependen [42].

6. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen [43]. 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 variabel independen terhadap variabel dependen. Yang kedua dengan cara melakukan perbandingan antara hitung dengan t-table, yaitu jika thitung lebih besar dari t-table maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL dan PEMBAHASAN

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%.

Uji Validitas

Tabel 4 Uji Validitas

Variabel	Item	r- hitung	r- tabel	Keterangan
	8			
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
Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-commerce (Y)	8	0.768	0.192	Valid
	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 kuisisioner dapat menjalankan fungsinya, untuk menguji valid atau tidaknya suatu alat ukur maka digunakan pendekatan secara statistika yaitu menggunakan nilai koefisien korelasi butir pertanyaan dengan skor keseluruhan item lainnya $> 0,192$ atau dapat diartikan jika r -hitung $>$ r -tabel maka nilai tersebut dapat dikatakan 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 -hitung $>$ r -tabel dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan sebagai analisis selanjutnya.

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.

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 plotting 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 8 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 multikolinieritas . 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.

Uji Hipotesis

Uji Regresi 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 9 Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	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.

Uji Determinasi (R²)

Tabel 10 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 pengguna sistem informasi akuntansi berbasis akuntansi kuat.

Uji t (Parsial)

Tabel 11 Uji t X1

Coefficients

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
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 Variable : 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 H0 ditolak dan H1 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 H0 ditolak dan H1 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 pedangan thirft 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 H0 ditolak dan H1 diterima secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [44] bahwa penggunaan e-commerce mempengaruhi usaha mikro kecil menengah dalam menjalankan kegiatan secara fleksibel sehingga dapat berpengaruh dalam meningkatkan 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[44]. Contoh realibel yang sejalan dengan penelitian [46] dapat mempermudah untuk memperoleh informasi baik itu tentang harga maupun detail produk dari pedagang lain melalui salah satu e-commerce yang digunakan sehingga dapat menggugulkan 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 H0 ditolak dan H1 diterima secara signifikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian [47] 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 [48] 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 seelumnya melalui fitur pada *e-commerce*.

KESIMPULAN

7 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh peningkatan kinerja keuangan, dan 14 uasan kosumen terhadap penggunaan sistem informasi berbasis *e-commerce*. Subjek pada penelitian ini yaitu para pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) thriving diwilayah Sidoarjo. Dengan menggunakan sampel sebanyak 102 responden. Berdasarkan dari pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel peningkatan kinerja keuangan berpengaruh terhadap pada 12 penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* sehingga hipotesis pertama yang menyatakan “Pengaruh peningkatan kinerja keuangan dan kepuasan konsumen terhadap penggunaan siste 2 informasi akuntansi berbasis *e-commerce* (Studi pada pedangan thrift diwilayah 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 diwilayah Sidoarjo)” 5 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.

KETERBATASAN PENELITIAN

1. Pembagian kuesioner melalui google form kepada responden karena perlu membutuhkan waktu yang cukup lama untuk mengumpulkan data hasil penelitian. Ada beberapa responden yang belum mengisi kuesioner sehingga penulis harus turun langsung untuk kelapangan.
2. Penelitian ini terdapat celah sehingga dapat dimaksimalkan lagi dengan menggunakan metode penelitian lain, atau menambahkan variable lain pada penelitian selanjutnya sehingga dapat dimaksimalkan apa yang kurang dan agar lebih bervariasi pada penelitian ini.

SARAN

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

1. 16 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 Terimah 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. Ibu Imelda Dian Rahmawati, SE. M. AK. Ak. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta kesabaran untuk membimbing dan mengarahkan dalam penulisan Proposal ini.
3. Yang tercinta Alm. Ayah, Ibu, Kakak, dan segenap keluarga Bani Jalil yang selalu memberikan dukungan moril serta doa dan restunya selama ini.
4. Yang terkasih Fendy Seswanto terimakasih atas mootivasi, dukungan, saran dan dorongan kepada saya untuk segera menyelesaikan studi ini, karna dibalik perjuangan ini tujuan KITA segera terwujud.
5. Teman- teman Akuntansi B2 angkatan 2019 yang selalu memotivasi dalam penulisan proposal ini. Terutama untuk teman- teman Mey, Intan, dan Nuriya.

PELAKSANAAN PENELITIAN

No	Kegiatan Penelitian	Agustus 2022	Oktober 2022	November 2022	Februari 2023	Maret 2023	April 2023	Mei 2023	Juni 2023
1	Pengajuan judul								
2	Penyusunan proposal skripsi								
3	Seminar proposal								
4	Penyebaran kuesioner								
5	Analisis dan pengolahan data								
6	Penyusunan skripsi								
7	Ujian skripsi								

DAFTAR PUSTAKA

- [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] I. Farah Fu, M. Aswad, J. Ekonomi Syariah, F. Ekonomi dan Bisnis Islam, and U. Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pakaian Thrifting Di Toko Thriftshop Sidoarjo," *J. Cendekia Ilm.*, vol. 1, no. 3, pp. 169–177, 2022.
- [5] R. Y. Dewi, "Perancangan Informasi Thrift Shop Melalui Media Board Game," *Fak. Desain, Univ. Komput. Indones. Bandung*, pp. 6–38, 2020, [Online]. Available: [https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3575/5/UNIKOM_Ratisa Y Dewi_12. BAB 2.pdf](https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3575/5/UNIKOM_Ratisa%20Y%20Dewi_12_BAB%202.pdf)
- [6] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014.
- [7] A. Saputra, "Pengaruh Keadilan Dan Risiko Pelaporan Terhadap Niat Melakukan Whistleblowing," no. 2011, pp. 1–23, 2019.
- [8] R. Ariana, "Kinerja Keuangan," pp. 1–23, 2016.
- [9] A. Faisal, R. Samben, and S. Pattisahusiwa, "Analisis kinerja keuangan," *Kinerja*, vol. 14, no. 1, p. 6, 2018, doi: 10.29264/jkin.v14i1.2444.
- [10] I. Sari & Musmini, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Minat Menggunakan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan UMKM Pada Masa Pandemi ...," *JIMAT (Jurnal Ilm. Mhs.)*, pp. 1–11, 2022, [Online]. Available: <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/35273%0Ahttps://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/download/35273/21390>
- [11] M. P. Azhari Hutabarat, N. A. Yunita, R. G. Putri, and I. Indrayani, "Pengaruh Modal Usaha, Penggunaan Informasi Akuntansi Dan Sistem Penjualan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Kota Lhokseumawe)," *J. Akunt. Malikussaleh*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2022, doi: 10.29103/jam.v1i1.6852.
- [12] A. Wicaksana, "Pengaruh E-Commerce, Budaya Organisasi Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Usaha Micro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Semarang," *Https://Medium.Com/*, 2016, [Online]. Available: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- [13] 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.
- [14] 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.
- [15] TEMA 11, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shoppe Indonesia," *J. Mater. Process. Technol.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–8, 2018, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cip.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252%0Ahttp://dx.doi.org>
- [16] 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.
- [17] C. S. Terhadap, P. E. Kantor, and D. I. Makassar, "Cbc5Ba9D5C82Fc733516E016B4286D30," vol. 6, no. 2, pp. 180–187, 2017.
- [18] 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.
- [19] R. Susanti, "Sampling Dalam Penelitian Pendidikan," *J. Teknodik*, no. 16, pp. 187–208, 2019, doi: 10.32550/teknodik.v0i0.543.
- [20] S. E. Zaluchu, "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama," *Evang. J. Teol. Injili dan Pembn. Warga Jemaat*, vol. 4, no. 1, p. 28, 2020, doi: 10.46445/ejti.v4i1.167.
- [21] 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>

- [22] A. Faridatunniswah, "Pengaruh Ambiguitas Peran Terhadap Kinerja Pustakawan Upt Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang," *J. Pendidik.*, vol. 1, p. 22, 2018.
- [23] 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.
- [24] 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.
- [25] pRyan, Cooper, and Tauer, "Metodologi Penelitian," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, pp. 12–26, 2013.
- [26] 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>.
- [27] L. G. K. Dewi, N. T. Herawati, and I. M. P. Adiputra, "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri," *EKUITAS (Jurnal Ekon. dan Keuangan)*, vol. 5, no. 1, pp. 1–19, 2021, doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669.
- [28] S. J. Sibuea, D. Oktavianthy, and A. E. Rangkuti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo," *Konf. Nas. Sos. dan Eng. Politek. Negeri Medan*, pp. 635–645, 2021.
- [29] J. Föhling *et al.*, "Teknik Pengumpulan Data Penelitian," *Bitkom Res.*, vol. 63, no. 2, pp. 1–3, 2018, [Online]. Available: http://forschungsunion.de/pdf/industrie_4_0_umsetzungsempfehlungen.pdf%0Ahttps://www.dfki.de/fileadmin/user_upload/import/9744_171012-KI-Gipfelpapier-online.pdf%0Ahttps://www.bitkom.org/sites/default/files/pdf/Presse/Anhaenge-an-Pls/2018/180607-Bitkom
- [30] H. Muhamad, "Metodologi Penelitian," pp. 34–44, 2019.
- [31] 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>.
- [32] Willian, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [33] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060
- [34] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [35] Sri Ayu Dwi , Sinar Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi:3437-6392-26388
- [36] J. Föhling *et al.*, "Teknik Pengumpulan Data Penelitian," *Bitkom Res.*, vol. 63, no. 2, pp. 1–3, 2018, [Online]. Available:
- [37] 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.
- [38] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014.
- [39] Handoko, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [40] R. Ariana, "Kinerja Keuangan," pp. 1–23, 2016.
- [41] C. S. Terhadap, P. E. Kantor, and D. I. Makassar, "Cbc5Ba9D5C82Fc733516E016B4286D30," vol. 6, no. 2, pp. 180–187, 2017.
- [42] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [43] M. A., "Landasan teori dan pengembangan hipotesis," *Pap. Knowl. . Towar. a Media Hist. Doc.*, no. 1989, pp. 9–36, 2014
- [44] A. F. Faiz Zamzami, Nabella Duta Nusa, *Sistem informasi akuntansi*. yogyakarta, 2016. doi: 978-602-386-060
- [45] Sample Penelitian, DR. Atmojo, Dermaga buku, *Teknik Penelitian*, Jakarta, 2027. Doi: 727-26863-7291
- [46] Handoko, "pengumpulan data," *methods Role Discount. Surcharges*
- [47] R. Susanti, "Sampling Dalam Penelitian Pendidikan," *J. Teknodik*, no. 16, pp. 187–208, 2019, doi: 10.32550/teknodik.v0i0.543.
- [48] 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.

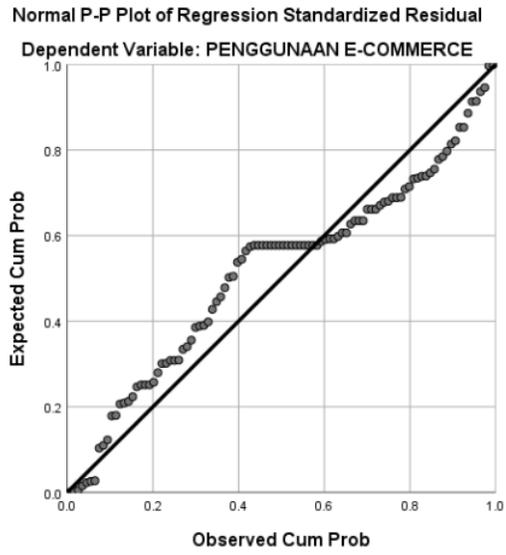
LAMPIRAN

Lampiran 1. Foto dengan Responden saat membagikan Kuesioner



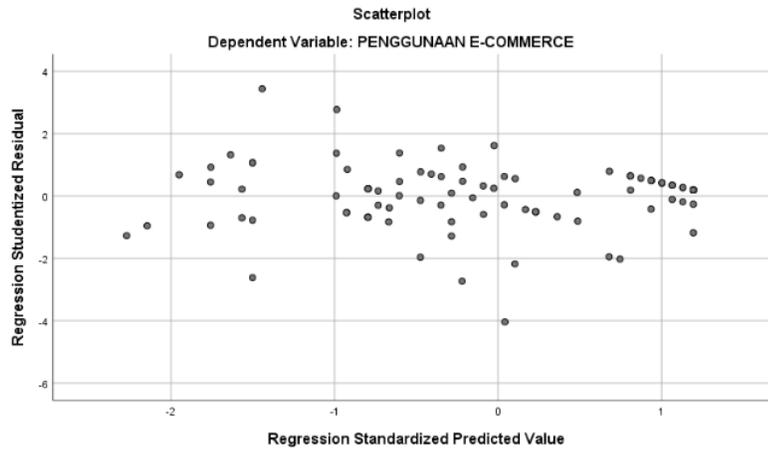
Lampiran 2

Grafik P-Plot



Lampiran 3

Uji heterokedastisitas



ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	3%
2	ojs.nitromks.ac.id Internet Source	2%
3	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	2%
4	makalah-xyz.blogspot.com Internet Source	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	jurnal.unej.ac.id Internet Source	1%
7	repository.unpkediri.ac.id Internet Source	1%
8	media.neliti.com Internet Source	1%
9	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	1 %
11	repository.unpas.ac.id Internet Source	1 %
12	adoc.pub Internet Source	1 %
13	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	1 %
14	lib.ibs.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.bakrie.ac.id Internet Source	1 %
16	www.stiemahardhika.ac.id Internet Source	1 %
17	ojs.stiesa.ac.id Internet Source	1 %
18	ojs.unimal.ac.id Internet Source	1 %
19	repository.pelitabangsa.ac.id:8080 Internet Source	1 %
20	www.coursehero.com Internet Source	1 %
21	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On