

**PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA
CLOTHING STORE DI TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

**Marshella Shanina
18622118**



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBAGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

**PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA
CLOTHING STORE DI TANJUNGPINANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat- Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Akuntansi

OLEH

NAMA : MARSELLA SHANINA
NIM : 18622118



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) PEMBANGUNAN
TANJUNGPINANG
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA
CLOTHING STORE DI TANJUNGPINANG**

Diajukan Kepada:

Panitia Komisi Ujian
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang

Oleh:

NAMA : MARSELLA SHANINA
NIM : 18622118

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Ranti Utami, S.E., M.Si., AK.CA
NIDN. 1004117701 / Lektor

Pembimbing Kedua,



Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO
NIDN. 1015069101 / Lektor

Menyetujui,

Ketua Program Studi



Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO
NIDN. 1015069101 / Lektor

**PENGARUH PEMANFAATAN E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA
CLOTHING STORE DI TANJUNGPINANG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

NAMA : Marshella Shanina
NIM : 18622118

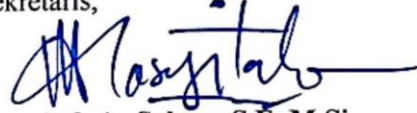
Telah dipertahankan di depan Panitia Komisi Ujian Pada Tanggal
Tiga Belas Januari Dua ribu Dua puluh Tiga
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi
Syarat untuk Diterima

Panitia Komisi Ujian

Ketua,


Ranti Utami, S.E., M.Si., AK.CA
NIDN. 1004117701 / Lektor

Sekretaris,



Masyitah As Sahara, S.E., M.Si
NIDN. 1010109101 / Lektor

Anggota,



Rachmad Chartady, S.E., M.Ak
NIDN. 1021039101 / Lektor

Tanjungpinang, 13 Januari 2023
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan
Tanjungpinang,
Ketua,



Chairy Marlinda, S.E., M.Ak.Ak.CA
NIDN. 1029127801 / Lektor

PERNYATAAN

Nama : Marshella Shanina
NIM : 18622118
Tahun Angkatan : 2018
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.22
Program Studi : AKUNTANSI
Judul Skripsi : Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Penggunaan
Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha
Clothing Store Di Tanjungpinang

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa seluruh skripsi isi dan materi dari skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan bukan rekayasa maupun karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanda ada paksaan dari pihak manapun dan apabila terdapat dikemudian hari saya membuat pernyataan palsu, maka saya siap diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tanjungpinang, 2022

Penyusun


Marshella Shanina
18622118

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

Kedua orang tua ku

Ayahanda Bobby Baldurín dan Ibunda Dewi Sinta

Adik ku

Sherlly Ramadini dan Tomy Saputra

*Skripsi ini merupakan salah satu tanda bakti ku
kepada kalian.*

LEMBAR MOTTO

“Barang siapa yang menginginkan kehidupan kehidupan dunia, maka ia harus memiliki ilmu, dan barang siapa yang menginginkan akhirat maka itupun harus dengan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan keduanya maka itupun harus dengan ilmu”

(HR.Thabrani).

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu’ (yaitu) orang-orang yang meyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya, dan bahwa mereka akan kembali kepada –Nya

(Al-Baqarah : 45-46)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul. Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha *Clothing Store* Di Tanjungpinang. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah SAW., keluarga, dan para sahabatnya.

Dalam proses penulisan ini tentunya tak lepas dari bantuan pihak yang selalu mendukung. Maka dengan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Ibu Charly Marlinda, S.E.,M.Ak.CA Selaku Ketua STIE Pembangunan Tanjungpinang
2. Ibu Ranti Utami, S.E., M.Si.,Ak.CA selaku wakil ketua I STIE Pembangunan Tanjungpinang dan selaku pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu,memberikan masukan dan saran dalam proses perbaikan skripsi.
3. Ibu Sri Kurnia, SE.,Ak. M.Si., CA selaku wakil ketua II STIE Pembangunan Tanjungpinang.
4. Bapak Ir.Imran Ilyas,MM selaku wakil ketua III STIE Pembangunan Tanjungpinang.
5. Bapak Hendy Satria,S.E.,M.Ak Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang dan selaku dosen pembimbing II saya yang telah banyak meluangkan waktu,memberikan masukan dan saran dalam proses perbaikan skripsi.
6. Seluruh dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan bantuan dan ilmu pengetahuan selama kuliah.
7. Papa dan Mama tercinta , yang telah membimbing, memberikan kasih sayangnya, memberikan do'a memberikan semangat serta dukungannya,

ananda ucapkan terimakasih yang tak terhingga.

8. Sahabat ku tersayang (Laras Dairona, Hera Melinda, Navarillah Zahwa Kusuma, Nasya Berliana dan Anisa Permata Almira) yang selalu memberi support dan semangatnya
9. Untuk yang terkasih Iqmal Mudafirsa yang telah memberikan semangat dan sayang nya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besarku yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.
11. Pihak - pihak Pelaku Usaha clothing store yang ada di Tanjungpinang yang telah banyak membantu memberikan informasi.

Semoga Allah SWT. menunjukkan jalan dan memberikan cahaya-Nya, serta melapangkan dada kita dengan limpahan iman, rahmat, dan keindahan tawakal. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Namun demikian tiada manusia yang sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk menjadikan skripsi ini lebih sempurna.

Tanjungpinang, 27 Desember 2022

Penulis

Marshella Shanina

DAFTAR ISI

Hal

HALAMAN PERSETUJUAN

PERNYATAAN

HALAMAN PERSEMBAHAN

LEMBAR MOTTO

KATA PENGANTAR..... viii

DAFTAR ISI..... x

DAFTAR TABEL..... xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

ABSTRAK xvi

ABSTRACT xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah1

1.2 Rumusan Masalah.....4

1.3 Tujuan Penelitian4

1.4 Kegunaan Penelitian5

1.5 Sistematika Penulisan6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 7

2.1 Tinjauan Teori7

2.1.2 Pemanfaatan E-Commerce9

2.1.3 Sistem Informasi.....13

2.1.4 Pengertian *Clothing*18

2.1.5 Kinerja Perusahaan19

2.2 Hubungan Antar Variabel20

2.2.1 Pengaruh <i>E-Commerce</i> Terhadap Kinerja Perusahaan.....	20
2.2.2 Pengaruh Sistem Informasi Terhadap Kinerja Perusahaan	21
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Jenis Data.....	26
3.2.1 Data Primer.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.3.1 Studi Pustaka	26
3.3.2 Kuesioner (Angket)	27
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	28
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.6 Teknik Pengolahan Data	31
3.7 Teknik Analisis Data	32
3.7.1 Uji Kualitas Data	32
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.3 Uji Linear Berganda	35
3.7.4 Pengujian Hipotesis	35
3.7.4.1 Uji Koefisien Determinansi	35
3.7.4.2 Uji Parsial (Uji-t).....	36
3.7.4.3 Uji Simultan (Uji-F)	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Hasil Penelitian.....	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.2 Karakteristik Data Responden	38
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	39
4.1.4 Analisis Hasil Penelitian	51

4.2 Hasil Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	81
<i>CURRICULUM VITAE</i>	

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Hal
1	Jumlah Usaha <i>clothing</i> di Tanjungpinang.....	3
2	Kriteria Pengambilan Sampel.....	31
3	Definisi operasional variabel	32
4	Kriteria Bobot Nilai Alternatif Skala Likert.....	34
5	Kriteria penilaian reliabilitas.....	36
6	Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	41
7	Identitas responden berdasarkan lama usaha berdiri.....	42
8	Deskripsi variabel.....	43
9	Hasil Pengujian Realibilitas.....	65
10	Rekapan Hasil Pengujian Realibilitas.....	66
11	Hasil uji kolmogrov	69
12	Hasil Uji Multikolonieritas.....	70
13	Hasil Uji Linear Berganda.....	75
14	Hasil Uji T.....	73
15	Hasil Uji F.....	75
16	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

No	Judul Gambar	Hal
1	Kerangka Pemikiran.....	23
2	Hasil Uji Kurva Histogram.....	74
3	Hasil Uji P-plot	75
4	Hasil Scatterplot	77

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran
Lampiran 1 :	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2 :	Hasil Pengolahan Data dengan Eviews 12
Lampiran 3 :	Hasil Output SPSS
Lampiran 4 :	Hasil Uji Scan Plagiat
Lampiran 5 :	<i>Curriculum Vitae</i>

ABSTRAK

PENGARUH PEMANFAATAN *E-COMMERCE* DAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI TERHADAP KINERJA USAHA *CLOTHING STORE* DI TANJUNGPINANG.

Marshella Shanina, 2022. Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Pembangunan Tanjungpinang.

marshella.shanina99@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sistem informasi dan pemanfaatan e-commerce berpengaruh terhadap kinerja Usaha *clothing store*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling dengan jumlah 73 responden.

Teknik analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria *clothing store* yang sudah menggunakan *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada responden dan dokumentasi. Dalam membuktikan dan menganalisis maka digunakan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta uji f(simultan) dan uji t(parsial).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan pada usaha *clothing store* dan sistem informasi tidak berpengaruh secara signifikan .

Kata Kunci : Pemanfaatan *E-Commerce*, Sistem Informasi, Kinerja Perusahaan, UKM

Dosen pembimbing 1 : Ranti Utami, S.E., M.Si., Ak., CA

Dosen pembimbing 2 : Hendy Satria, S.E., M.Ak., CAO

ABSTRACT

THE EFFECT OF E-COMMERCE UTILIZATION AND INFORMATION SYSTEMS ON THE PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) IN TANJUNGPINANG.

Marshella Shanina, 2022. *Accounting*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Pembangunan Tanjung pinang.

marshella.shanina99@gmail.com

This study aims to determine whether information systems and the use of e-commerce have an effect on the performance of SMEs. The type of research used in this research is research with a quantitative approach. The sampling method used is purposive sampling technique with a total of 73 respondents.

The analysis technique used is descriptive statistics and multiple linear regression analysis. Determination of the sample using purposive sampling technique with the criteria of clothing stores that already use e-commerce and accounting information systems. Data collection techniques by distributing questionnaires to respondents and documentation. In proving and analyzing, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, as well as f (simultaneous) and t (partial) tests are used.

The results of the study indicate that information systems and the use of e-commerce have a positive and significant effect on company performance in SMEs, either partially or simultaneously.

Keywords: Utilization of E-Commerce, Information Systems, Company Performance, SMEs

Dosen pembimbing 1 : Ranti Utami,S.E.,M.Si.,Ak.,CA

Dosen pembimbing 2 : Hendy Satria,S.E.,M.Ak.,CAO

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini Indonesia memasuki era evolusi industri 4.0 dimana kemajuan teknologi semakin canggih serta usaha-usaha baru yang bermunculan. Bukan saja hanya usaha besar milik perusahaan ternama, namun juga usaha kecil dan menengah yang turut berkembang seiring dengan adanya pertumbuhan teknologi. (Nuari, 2017) Usaha Kecil Menengah (UKM) berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja dan pemberian kontribusi yang signifikan terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) dibandingkan dengan usaha besar. Saat ini juga perkembangan informasi telah berkembang dengan sangat pesat, oleh karena itu sudah banyak pula perusahaan-perusahaan atau instansi-instansi yang menggunakan sistem informasi untuk meningkatkan usahanya. Cara untuk meningkatkan usaha suatu perusahaan ialah dengan cara membangun sistem informasi yang baik. Dan syarat untuk membangun sistem informasi yang baik yaitu adanya kecepatan dan keakuratan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Tren *fashion* yang selalu berkembang mendorong sejumlah kalangan pembisnis khususnya bidang *fashion* untuk selalu berinovasi mendekatkan *fashion* di kalangan masyarakat. *Fashion* merupakan salah satu sektor yang paling agresif memanfaatkan *E-Commerce* bukan hanya pada bidang *fashion* namun juga pada sektor makanan atau kuliner adanya fitur *E-Commerce* memberikan kemudahan pada konsumen dalam mendapatkan barang yang mereka inginkan. Hal ini disebabkan sebagian dari pelaku usaha telah menganggap dengan adanya fitur *E-*

Commerce dapat memberikan keuntungan secara finansial maupun non finansial. Karena dalam hal pelayanan dan penyampaian informasi yang lebih efektif.

Dalam melihat perkembangan di Kota Tanjungpinang dari berbagai aspek menjadikan Kota Tanjungpinang sebagai Ibukota Provinsi Kepulauan Riau yang memiliki lingkungan bisnis yang berpotensi untuk tumbuh dan berkembang khususnya bagi para pelaku usaha *E-Commerce fashion* ini mampu membuktikan eksistensinya maka dari itu adanya era industri 4.0 yaitu untuk melihat sejauh mana pelaku usaha di Kota Tanjungpinang sudah menerapkan era industri 4.0 ini demi kemajuan usahanya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mendorong pertumbuhan ekonomi di Tanjungpinang, yaitu usaha *Cloting Store* karena usaha ini juga berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan investasi dalam perekonomian pertumbuhan usaha di Tanjungpinang cukup pesat dan cepat. Menurut menteri koperasi dan UKM menyatakan adanya fenomena era revolusi industri 4.0 merupakan hal yang baru bagi para pelaku usaha. Maka dari itu para pelaku UMKM harus melek teknologi karena Indonesia tengah menuju perkembangan revolusi industri 4.0, sehingga hal ini harus ditangkap para pelaku usaha. Saat ini perkembangan bisnis khususnya *fashion* sudah semakin pesat, hal ini ditandai dengan keberadaan pasar tradisional yang mulai tergeser oleh munculnya perdagangan *online*. Dalam hal ini bisnis *fashion* di indonesia mempunyai arti sebagai industri kretaif karena saat ini *fashion* merupakan salah satu industri yang menguntungkan, khususnya untuk pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Para pelaku UMKM harus segera menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi sekarang. Jangan ketergantungan dengan sistem berjualan secara langsung. Namun, harus

merambah bisnis jualan *online* dengan memanfaatkan jaringan internet atau aplikasi yang mulai marak di Indonesia.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi saat ini usaha *Clothing Store* yang terdaftar berjumlah 164 usaha di Tanjungpinang, dengan begitu banyaknya jumlah usaha *Clothing Store* yang ada, maka potensi yang dimiliki Tanjungpinang pun semakin cukup besar jika pengelolaan dan pengembangan usahanya dilakukan dengan baik. Keberadaan usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang ini diharapkan mampu tumbuh dan bersaing baik secara lokal maupun secara internasional dengan cara meningkatkan kinerja usahanya. Berikut adalah tabel perkembangan usaha *Clothing Store* yang berada di Tanjungpinang :

Tabel 1.1
Jumlah Usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang

NO	Wilayah	Jumlah Usaha (unit)
		2021
1.	Bukit Bestari	56
2.	Tanjung Pinang Timur	54
3.	Tanjung Pinang Barat	19
4.	Tanjung Pinang Kota	35
	JUMLAH	164

Sumber: Data Dinas Koperasi 2022

Seiring dengan berkembangnya teknologi, maka dalam operasional usaha juga perlu diiringi dengan pemanfaatan teknologi yang mumpuni. Faktor pemasaran dan pengenalan produk kini mulai dilakukan melalui sistem informasi dan jaringan internet. Masyarakat sebenarnya secara tidak sadar telah menggunakannya dalam proses memenuhi kebutuhan mereka, namun tanpa memahami banyak hal bahwa sistem *online* tersebut sebenarnya dapat dijadikan sumber pendapatan bagi usaha mereka. Padahal berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arisandi (2018) diketahui bahwa pemanfaatan *E-Commerce* dapat

memberikan efek bagi perkembangan pelaku usaha mulai dari produktivitas hingga daya bertahan UKM.

Penggunaan sistem informasi dan pemanfaatan *E-Commerce* diharapkan dapat membawa hubungan positif bagi peningkatan kinerja sebuah usaha. Entitas usaha *Clothing Store* yang ada di Tanjungpinang memiliki potensi yang besar untuk berkembang dengan meningkatkan kinerjanya jika mereka mampu menerapkan sistem informasi dalam proses pencatatan pendapatan dan pengeluaran serta memanfaatkan fasilitas teknologi yang tersedia. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul “***Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Usaha Clothing Store di Tanjungpinang***”.

1.2 Rumusan Masalah

Dengan demikian untuk mempermudah penelitian ini nantinya, dan agar penelitian ini memiliki arah yang jelas, maka terlebih dahulu dirumuskan permasalahan yang akan diteliti. Sebagai berikut:

1. Apakah pemanfaatan *E-Commerce* berpengaruh terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang?
2. Apakah penggunaan sistem informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang?
3. Apakah pemanfaatan *E-Commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dipaparkan di atas maka tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *E-Commerce* terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui apakah pemanfaatan *E-Commerce* dan penggunaan sistem informasi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut.

1. Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis tentang bagaimana pentingnya peran *E-Commerce* dalam meningkatkan kinerja usaha *Clothing Store* di Kota Tanjungpinang.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam mendukung pelaksanaan peran *E-Commerce* dalam meningkatkan kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang

3. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian dapat dijadikan referensi khususnya yang menyangkut peran *E-Commerce* dalam kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.

1.5 Sistematika Penulisan

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini membahas tentang landasan teori yang digunakan, teori-teori yang memiliki relevansi atau paling tidak dipakai sebagai acuan berbagai masalah yang telah ditengahkan dan juga kerangka pikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari metode penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, batasan oprasional variable serta metode analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Membahas tentang gambaran umum objek penelitian, penyajian data, analisis hasil penelitian dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini atau bab terakhir berisi kesimpulan dari penelitian serta saran peneliti untuk objek yang diteliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Usaha Kecil Menengah (UKM)

Usaha kecil menengah atau yang bisa dikenal dengan UKM memiliki banyak definisi yang berbeda-beda di tiap negara. Banyak sekali pendefinisian ini mengakibatkan pengelompokan kriteria sebuah unit usaha dalam suatu negara berbeda-beda. Di Indonesia sendiri ada banyak pendefinisian mengenai UKM, baik menurut Undang-Undang (UU), para ahli maupun lembaga-lembaga yang terkait. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) UKM didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5- 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20-99 orang (Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, 2012).

Dasar Hukum Kriteria UMKM Terbaru Pemerintah mengatur aktivitas UMKM dalam Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah. Pada Februari 2021 lalu, pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP No. 7/2021 atau PP UMKM). PP UMKM ini mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya sudah diatur dalam Undang-Undang No.20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Selain itu, PP UMKM mengatur UMKM berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan untuk pendaftaran atau pendirian kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM ini berlaku. Dimana UMKM di klasifikasikan menurut kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Adapun Kriteria modal usaha menurut PP No 7 tahun 2021 sebagai berikut (Pemerintah Indonesia, 2021) :

1. Usaha kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih dari Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).

2. Usaha menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa UKM adalah usaha milik orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain dengan kriteria memiliki modal usaha dengan batasan-batasan tertentu.

2.1.1.1 Peran UKM di Indonesia

Perlu disadari bahwa UKM mempunyai peranan yang sangat besar dalam membangun perekonomian bangsa kita. Kita dapat melihat dengan jelas dari industri yang kecil, ia mampu memberikan hingga 99% kontribusinya ke sejumlah badan usaha di Indonesia. Selain itu UKM juga terbukti turut andil besar dalam penyerapan tenaga kerja.

Pada tahun 1997 saat krisis moneter melanda, UKM terbukti bisa mampu menunjukkan perannya dengan tetap bertahan. Di saat perusahaan-perusahaan besar yang mendapat dukungan dari pemerintah ternyata tidak mampu menghadapi krisis bahkan banyak yang bangkrut dan berguguran UKM mampu bertahan. UKM di negara berkembang hampir selalu menjadi kegiatan ekonomi yang terbesar dalam jumlah dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Begitu pula dengan kondisi yang ada di Indonesia, meskipun dalam ukuran sumbangan terhadap PDB belum cukup tinggi, sektor ini dapat tetap menjadi tumpuan bagi stabilitas ekonomi nasional. Sehingga perannya diharapkan dapat menciptakan kesejahteraan kepada masyarakat Indonesia.

Sebagai salah satu pilar perekonomian yang menjalankan fungsinya sebagai penyedia barang dan jasa, penyerap tenaga kerja, serta sebagai peningkat taraf hidup masyarakat partisipasi pihak terkait atau pemerintah perlu terus ditumbuh kembangkan lagi agar UKM betul-betul mampu berkiprah lebih besar lagi dalam perekonomian nasional. Sehingga peran UKM terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia semakin optimal dan mampu memperluas kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia agar lebih maju.

2.1.2 Pemanfaatan E-Commerce

2.1.2.1 Pengertian *E-Commerce*

Electronic Commerce (perdagangan elektronik) atau biasa disingkat dengan *E-Commerce* adalah sebuah model bisnis atau perdagangan yang dilakukan secara *online* dengan memanfaatkan internet. Dalam *E-Commerce*, aktivitas penjualan, pemasaran, dan pembelian dilakukan semua menggunakan internet. Hampir setiap barang atau jasa bisa diperdagangkan lewat *E-Commerce*, seperti *gadget*, tiket transportasi, desain, dan sebagainya. *E-Commerce* umumnya

membutuhkan beberapa sarana seperti *website*, aplikasi, serta *payment gateway* (metode atau alat pembayaran), untuk menyelenggarakan transaksi barang dan jasa secara *online*.

Menurut (Kuswiratmo, 2016), Usaha *E-Commerce* atau yang dikenal dengan sebutan *Online Shopping* adalah pelaksanaan perniagaan berupa transaksi penjualan, pembelian, pemesanan, pembayaran, maupun promosi suatu produk barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer dan sarana komunikasi elektronik digital atau telekomunikasi data.

E-Commerce atau lebih sering kita sebut penjualan dan pembelian secara online merupakan hal yang tidak asing di kalangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *E-Commerce* merupakan salah satu solusi dari kendala-kendala yang dihadapi oleh UKM. *E-Commerce* mengubah metode bisnis tradisional dengan dan memberikan kemudahan serta fleksibilitas dalam berbisnis (Fischer & Jasny, 2017).

Menurut Laudon et al. (2014, 10) *E-Commerce* adalah penggunaan *internet*, *web* dan aplikasi untuk transaksi bisnis secara digital antara perusahaan dan individu. Sedangkan menurut Turban et al. (2015, 7) *E-Commerce* adalah penggunaan *internet* untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang atau jasa.

2.1.2.2 Definisi Pemanfaatan *E-Commerce*

Pemanfaatan merupakan proses, cara, maupun perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan disini maksudnya adalah dapat memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis untuk merebut pasar melalui cara-cara yang dapat menarik

konsumen, (Informatika, 2015) misalnya, pelayanan konsumen dengan teknologi canggih via *Shopee, Instagram, Web*, maupun *Whatsapp*.

Banyak kasus dimana pelaku bisnis berasumsi bahwa penggunaan *E-Commerce* hanya membuang waktu, tenaga, dan biaya. Pemanfaatan *E-Commerce* atau sering kita sebut dengan jual beli online bagi UKM sebenarnya akan memberikan fleksibilitas dalam produksi karena dapat memberikan informasi pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat, serta dapat mendukung transaksi pembayaran elektronik (*e-money*). Hal inilah yang dapat memberikan dorongan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah untuk meningkatkan daya saingnya (Ernawati, 2020).

Menurut (Nelson, M. L. dan Shaw, n.d.) *E-Commerce* adalah proses pemanfaatan jaringan computer atau internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta kegiatan bisnis baik itu pemasaran, pembayaran, maupun pengiriman. Adapun indikatornya ialah :

1. Aktivitas pemasaran umum
2. Meneliti pasar
3. Meraih pasar lebih luas

Kesimpulan dari beberapa pendapat diatas adalah pemanfaatan *E-Commerce* merupakan proses pemanfaatan jaringan komputer atau internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta kegiatan bisnis baik itu pemasaran, pengembangan, pembayaran, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan usaha.

2.1.2.3 Jenis dan contoh *E-Commerce*

Adapun jenis dan contoh dari *E-Commerce* adalah sebagai berikut

1. *Business to Consumer (B2C)* B2C adalah jenis *E-Commerce* dengan skema perusahaan menjual produk langsung ke pengguna akhir (konsumen), tanpa perantara atau pihak ketiga. Dalam B2C, biasanya perusahaan menyediakan produk secara eceran. Contoh *E-Commerce* jenis ini mudah dijumpai sehari-hari, antara lain seperti *Tokopedia*, *Shopee*, *Traveloka*, *Tiket.com*, dan *BliBli*, yang menghubungkan produk perusahaan secara langsung ke pengguna akhir. Baca juga: *Mengenal SEO dan Perannya dalam Marketing Online*
2. *Consumer to Consumer (C2C)* C2C adalah jenis *E-Commerce* dengan skema transaksi produk dari individu atau konsumen perorangan (bukan perusahaan) ke konsumen yang lainnya. C2C *E-Commerce* biasanya memanfaatkan platform marketplace untuk melangsungkan aktivitas jual-beli. Contoh *E-Commerce* C2C bisa dilihat melalui *OLX* dan *Facebook Marketplace*. Di platform tersebut, cukup banyak dijumpai konsumen yang menawarkan dan menjual langsung produk miliknya ke konsumen lain.
3. *Business to Business (B2B)* B2B hampir mirip dengan C2C, namun berbeda subjeknya saja. B2B adalah jenis *E-Commerce* yang proses transaksi produknya dilakukan dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Di B2B, transaksi produk biasa dalam jumlah besar, bukan eceran. Contoh *E-Commerce* jenis ini adalah Amazon dan Alibaba. Di dua platform tersebut, transaksi produk bisa dilakukan dalam skala besar dari satu perusahaan ke perusahaan yang lainnya.
4. *Consumer to Business (C2B)* C2B adalah jenis *E-Commerce* dengan skema jual-beli produk dari konsumen ke perusahaan. Produk yang ditawarkan dalam C2B umumnya berupa jasa, misal jasa *freelance* desain, foto, menulis, dan sebagainya. Contoh *E-Commerce* jenis ini dapat dilihat pada platform *Upwork*, *iStock*, atau *Fiverr*.

2.1.3 Sistem Informasi

2.1.3.1 Pengertian Sistem Informasi

Menurut (Steinbart, 2018) sistem informasi akuntansi adalah sistem yang dapat mengumpulkan, mencatat, menyimpan, dan memproses data untuk menghasilkan informasi bagi para pembuat keputusan. Hal ini termasuk orang, prosedur dan instruksi, data, perangkat lunak, infrastruktur teknologi informasi, kontrol internal serta langkah-langkah keamanan.

Menurut (Turner, L., Weickgenannt, A., & Copeland, 2017) sistem informasi akuntansi meliputi proses, prosedur, dan sistem yang menangkap data akuntansi dari proses bisnis, mencatat data akuntansi ke dalam catatan yang sesuai, memproses data akuntansi secara terperinci dengan mengklasifikasikan, merangkum, dan mengkonsolidasikan serta melaporkan data akuntansi yang diringkas ke pengguna internal maupun eksternal.

Menurut (Patel, 2015) sistem informasi akuntansi merupakan sub sistem informasi dalam suatu organisasi, dimana kegiatannya yaitu mengumpulkan informasi dari berbagai subsistem entitas dan mengkomunikasikannya ke subsistem pemrosesan informasi organisasi. Sistem informasi akuntansi secara tradisional berfokus pada pengumpulan, pemrosesan, analisis, dan mengkomunikasikan informasi keuangan kepada pihak eksternal seperti *investor*, kreditor, bankir dan agen pajak serta pihak internal seperti manajemen dan pemilik.

Menurut (Azhar Susanto, 2015) sistem informasi adalah sistem yang dirancang untuk memproses data dan pelaporan informasi baik dengan manual ataupun terkomputerisasi tentang kegiatan yang berhubungan dengan transaksi penjualan dan pembelian persediaan/jasa.

Dapat diambil kesimpulan bahwa sistem informasi akuntansi adalah sistem yang dapat menghasilkan informasi dengan melakukan kegiatan mengumpulkan, mencatat, menyimpan, memproses sampai dengan menghasilkan laporan data akuntansi yang dapat digunakan untuk pengguna mengambil keputusan baik pengguna internal maupun eksternal.

2.1.3.2 Fungsi dan Komponen Sistem Informasi

Menurut (Steinbart, 2018) sistem informasi terbagi menjadi enam komponen, yaitu:

1. *People*, orang yang menggunakan sistem;
2. *Procedures and instruction*, yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menyimpan data;
3. Data mengenai perusahaan dan aktivitas bisnis;
4. *Software* (perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses data;
5. *Information technology infrastructure*, termasuk komputer, dan jaringan komunikasi yang digunakan di dalam sistem;
6. *Internal control dan security measures* dalam menyimpan data sistem.

Ada beberapa fungsi sistem informasi menurut (Steinbart, 2018), diantaranya :

1. Mengumpulkan dan menyimpan data organisasi seperti aktivitas, sumber daya dan personel.
2. Mengolah data menjadi informasi sehingga manajemen dapat mengambil tindakan seperti perencanaan, pengeksekusian, pengendalian dan pengevaluasian terhadap aktivitas, sumber daya dan personel.

3. Memberikan pengendalian yang baik dalam rangka mengamankan aset dan data organisasi.

Adapun komponen sistem informasi menurut (Azhar Susanto, 2015) adalah:

1. Siklus pendapatan dan pengeluaran
2. Perangkat keras (*hardware*) Spesifikasi *hardware* yang dipilih untuk sistem informasi yang diterapkan harus disesuaikan dengan kemampuan keuangan, situasi, kondisi dan kebutuhan manajemen perusahaan, serta sumber daya manusia yang tersedia di perusahaan tersebut yang akan menjalankan sistem informasi tersebut.
3. Perangkat lunak (*software*) Dalam memilih *software* apa yang akan dipakai akan lebih baik memilih dulu sistem operasi apa yang akan digunakan sesuai dengan aplikasi yang akan dioperasikan. *Software* yang berkualitas adalah *software* yang berbasis jaringan yang banyak digunakan oleh orang dan perusahaan pada umumnya.
4. *Brainware* sistem (manusia) Orang yang membangun dan menjalankan sistem informasi dan memiliki kompetensi (ilmu pengetahuan dan keterampilan atau keahlian). Programmer harus memiliki kompetensi (ilmu pengetahuan dan keterampilan atau keahlian) dan sesuai dengan jenjangnya mengenai sistem informasi.
5. Prosedur sistem informasi penting dimiliki bagi suatu organisasi agar segala sesuatu dapat dilakukan secara konsisten sesuai dengan pedoman yang harus diikuti dan dibentuk atas dasar kesepakatan dengan penetapan dan pengesahan dilakukan oleh manajemen yang berwenang. Dengan

adanya prosedur yang memadai maka dapat dilakukan pengendalian terhadap aktivitas perusahaan.

6. *Database* sistem dan kendali (*control*) Merupakan kumpulan data-data akurat, relevan, tepat waktu dan lengkap sesuai dengan kebutuhan pemakai, yang tersimpan di dalam media penyimpanan di suatu perusahaan atau di dalam perusahaan.
7. Jaringan komputer dan telekomunikasi. Komponen-komponen yang digunakan dalam jaringan komunikasi data satu sama lain harus berintegrasi secara harmonis atau bersinergi membentuk jaringan komunikasi data dalam sistem informasi.

2.1.3.3 Sistem Informasi Pendapatan (*Revenue Cycle*)

Menurut Romney dan Steinbart (2018:354), siklus pendapatan adalah barang dan jasa yang dijual dengan tujuan untuk memperoleh uang secara langsung atau memastikan bahwa uang itu dapat diperoleh di masa yang akan datang. Aktivitas bisnis siklus pendapatan adalah sebagai berikut :

1. Entri Pesanan Penjualan Siklus pendapatan dimulai dengan penerimaan pesanan dari para pelanggan.. Proses entri pesanan penjualan mencakup tiga tahap: mengambil pesanan dari pelanggan, memeriksa dan menyetujui kredit pelanggan, serta memeriksa ketersediaan persediaan. Memasukkan kegiatan penting terkait yang mungkin ditangani oleh bagian pesanan penjualan ataupun oleh departemen terpisah untuk pelayanan pelanggan
2. Pengiriman Aktifitas dasar kedua dalam siklus pendapatan adalah memenuhi pesanan pelanggan dan mengirimkan barang dagangan yang diinginkan tersebut. Proses ini terdiri dari dua tahap: (1) melayani dan mengepak pesanan, (2) mengirim pesanan tersebut.

3. Penagihan dan piutang usaha aktifitas dasar ketiga dalam siklus pendapatan melibatkan penagihan ke para pelanggan dan memelihara data piutang usaha. Penagihan dan pembaruan piutang usaha sebagai proses terpisah dalam praktiknya, kedua fungsi ini dilakukan oleh dua fungsi terpisah dalam departemen akuntansi.
4. Penerimaan kas transaksi penerimaan kas adalah transaksi keuangan yang menyebabkan aset perusahaan berupa kas atau setara kas bertambah. Penerimaan kas perusahaan berasal dari dua sumber utama, yaitu penerimaan kas dari penjualan tunai dan penerimaan kas dari piutang.

2.1.3.4 Sistem Informasi Pembelian dan pengeluaran (*Expenditure Cycle*)

Pengertian siklus pengeluaran menurut Steinbart (2018), siklus pengeluaran adalah serangkaian aktivitas bisnis dan operasi menyiapkan pesanan penjualan kredit menerbitkan memo kredit menerima pesanan pelanggan mengepak pesanan kirim ke pelanggan mengirim faktur ke pelanggan memperbarui piutang memperbarui piutang menerima uang dari pelanggan menyetor kiriman uang di bank stempel “untuk setoran” pemrosesan informasi terkait yang terus-menerus berhubungan dengan pembelian serta pembayaran barang dan jasa. Tujuan utama siklus pengeluaran adalah untuk meminimalkan total biaya perolehan dan pemeliharaan persediaan, perlengkapan, dan lainnya.

Adapun indikator dari sistem informasi siklus pendapatan dan pengeluaran menurut Steinbart (2018) adalah :

1. Siklus pendapatan dan pengeluaran
2. *Hardware*
3. *Software*
4. *Brainware*

5. Basis data

2.1.4 Pengertian *Clothing*

Clothing adalah istilah untuk menyebut perusahaan kaos. Istilah lengkapnya adalah perusahaan *clothing* yang membuat pakaian berupa kaos dibawah produksi dengan *merk* sendiri.

Kaos yang menjadi produksi utama perusahaan *clothing* pun kemudian berkembang ke segala kebutuhan sekunder manusia yakni *style* mereka. Perusahaan *clothing* mulai memproduksi jaket, dompet, *longpant*, kaos polo, topi, tas, aksesoris seperti pin gelang juga ikut diproduksi.

2.1.4.1 Sejarah Usaha *Clothing*

Berdirinya perusahaan *clothing* dimulai pada tahun 1996 ditandai dengan berdirinya 347 *boardrider.co* yang sekarang lebih dikenal 347/*eat*.

Pada awal berdirinya perusahaan *clothing*, barang yang pertama diproduksi adalah kaos. Seiring berkembangngnya zaman, kebutuhan dalam menunjang gaya hiduppun ikut berkembang.

Perusahaan *clothing* akhirnya tidak hanya berfokus pada memproduksi kaos, namun juga ikut mengembangkan usahanya dalam memproduksi barang lainnya. Sesuai permintaan konsumen, perusahaan *clothing* pun memulai untuk memproduksi barang seperti tas, dompet, topi, celana dan aksesoris penunjang gaya hidup lainnya. Istilah *clothing* ini diambil dari nama lokasi pertama didirikannya perusahaan *clothing* yakni di Jalan Dago no.347 yang setahun kemudian, tahun 1997 disusul oleh *Ouval Research* *Ouval Research* pada tahun 1997. Pada tahun 1998 ada pula *Airplane*, *Harder*, *No Labels* (NL's), Monik, dan *Two Clothes* yang juga ikut membuka usaha *clothing*.

2.1.5 Kinerja Perusahaan

Definisi Kinerja Perusahaan Menurut Armstrong dalam (Wibowo, 2016) kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empirik suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati.

Penilaian kinerja perusahaan dapat diukur dengan ukuran keuangan dan non keuangan. Ukuran keuangan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan dimasa lalu dan ukuran keuangan tersebut dilengkapi dengan ukuran non keuangan tentang kepuasan *customer*, produktivitas dan *cost effectiveness* proses bisnis/intern serta produktivitas dan komitmen personel yang akan menentukan kinerja keuangan masa yang akan datang.

Sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu capaian perusahaan yang dapat diukur dengan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang dipakai untuk mengukur suatu capaian dapat berupa nilai keuangan dan non keuangan. Melalui data dan informasi capaian tersebut, diharapkan dapat mendatangkan kesejahteraan bagi pihak yang berkepentingan dengan perusahaan.

2.1.5.1 Faktor Yang mempengaruhi Kinerja UKM

Menurut Minuzu (2013) terdapat jenis faktor yang mempengaruhi kinerja UKM, yaitu :

1. Pertumbuhan penjualan, Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan perusahaan dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat

pertumbuhan penjualan suatu perusahaan maka perusahaan tersebut berhasil menjalankan strateginya.

2. Pertumbuhan modal, UKM disebut memiliki laju pertumbuhan tinggi jika mempunyai modal yang cukup untuk membiayai pertumbuhannya tersebut. Makin cepat tingkat atau laju pertumbuhan UKM, maka makin besar kebutuhan untuk membelanjai pertumbuhan UKM tersebut. Makin besar kebutuhan dana untuk membelanjai kebutuhannya maka UKM tersebut makin cenderung untuk menahan sebagian besar dari keuntungan yang diperoleh.
3. Penambahan tenaga kerja setiap tahun, Kinerja UKM akan berhasil apabila disetiap tahunnya UKM tersebut menambah tenaga kerja setiap tahunnya karena produksi yang meningkat.
4. Pertumbuhan pasar dan pemasaran, Pemasaran berperan penting untuk mengetahui apa yang menjadi keinginan konsumen. Salah satu ilmu dalam pemasaran yang berperan untuk mengetahui keinginan konsumen serta perilaku konsumen. Dengan begitu, para pelaku UKM bisa mengetahui apa keinginan pasar.
5. Pertumbuhan keuntungan atau laba usaha, laba yang diperoleh dari UKM akan digunakan untuk berbagai kepentingan, laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan UKM tersebut atas jasa yang diperoleh.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Kinerja Perusahaan

E-Commerce menunjukkan penggunaan internet untuk penjualan, pemasaran, ataupun proses pembayaran yang dilakukan secara elektronik. Dapat diasumsikan jika menggunakan *E-Commerce* maka penjualan dan laba akan

mengalami peningkatan karena menambah jangkauan pasar sehingga memberikan dampak pada peningkatan pendapatan. Penerapan *E-Commerce* bagi UKM telah menarik para peneliti, dikarenakan penerapan *E-Commerce* memberikan banyak manfaat bagi kelangsungan bisnis UKM bahkan perusahaan dapat mencapai kinerja unggul. Hasil riset sebelumnya yang dilakukan oleh (Robi Maulana,2022) menunjukkan bahwa penerapan *E-Commerce* yang dilakukan oleh pelaku UKM mampu meningkatkan kinerja perusahaan secara signifikan.

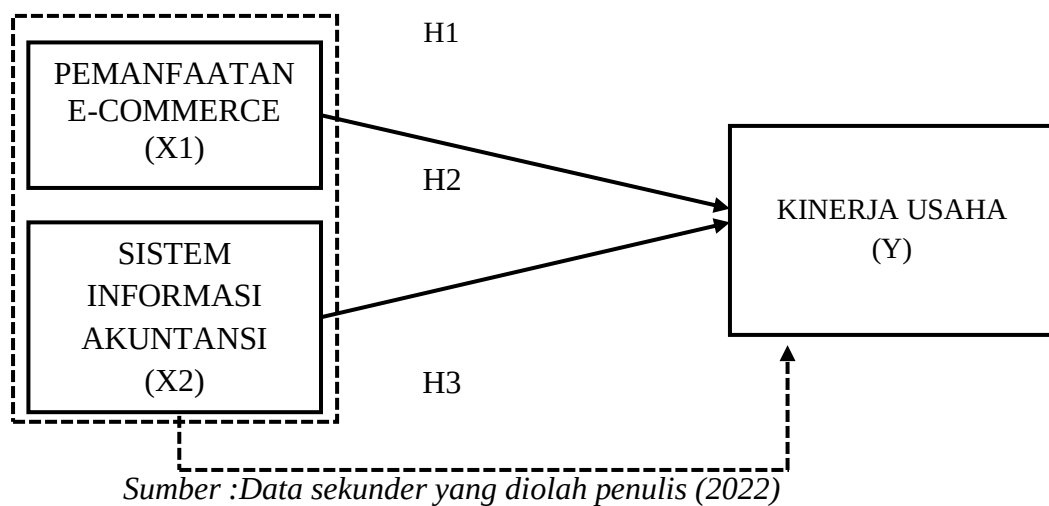
2.2.2 Pengaruh Sistem Informasi Terhadap Kinerja Perusahaan

Tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungannya, baik perusahaan besar maupun UKM. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan harus responsif terhadap perubahan lingkungan, khususnya dengan revolusi teknologi informasi. Saat ini, teknologi informasi merupakan suatu keharusan di banyak perusahaan. Sulit untuk mendapatkan *competitive advantage* dan bertahan tanpa adanya adopsi atau implementasi dari teknologi informasi. Studi telah menunjukkan bahwa sistem informasi yang paling banyak digunakan adalah sistem informasi akuntansi, khususnya dalam aspek pelaporan keuangan. Keuntungan utama dari penggunaan dari sistem informasi akuntansi di UKM adalah adaptasi lebih baik terhadap perubahan lingkungan dan meningkatnya daya saing (Wilya, 2013). Menurut Wilya (2013) sistem Informasi akuntansi berpengaruh terhadap kinerja. Berdasarkan tinjauan literatur di atas, jika suatu perusahaan menerapkan sistem informasi akuntansi dalam pengolahan datanya, maka akan berdampak pada hasil informasi yang akan dihasilkan. Informasi yang dihasilkan akan lebih *reliable* sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat. Pengambilan keputusan yang tepat akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimalkan labanya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Adanya suatu kerangka berpikir sangat penting dalam melaksanakan sebuah penelitian. Menurut Setiadi (2013) kerangka pemikiran penelitian adalah kaitan atau hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- : Pengaruh variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.
- - - - -→ : Pengaruh variabel independen (X1, X2) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan.

2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H1: Pemanfaatan *E-Commerce* di duga berpengaruh positif terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.
2. H2 : Sistem informasi di duga berpengaruh positif terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.

3. H3 : Pemanfaatan *E-Commerce* dan sistem informasi akuntansi di duga berpengaruh terhadap kinerja usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang relevan dan biasanya digunakan untuk membandingkan antara penelitian yang dibuat dengan penelitian orang lain. Penelitian tentang kinerja UKM telah banyak mengalami perkembangan. Banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan dan kinerja UKM. Dari berbagai penelitian yang telah dilakukan, ada faktor-faktor yang berpengaruh positif namun ada beberapa juga yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja (*performance*) UKM. Sebagai referensi dan bahan pertimbangan bagi penulis, berikut ini adalah hasil penelitian terdahulu yang pernah penulis baca, diantaranya:

1. (Maulana, 2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan *E-Commerce* Dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Usaha *E-Commerce Fashion* dan Makanan Kecamatan Majalengka)”. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *E-Commerce* terhadap kinerja keuangan perusahaan menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sedangkan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja keuangan perusahaan tidak memberikan pengaruh yang signifikan.
2. (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha”. Hasil analisis menunjukkan bahwa *E-Commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha, penggunaan sistem informasi

akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

3. (Imbayani & Endiana, 2018) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemahaman dan Penerapan Sistem Informasi terhadap Kinerja UKM Pengrajin Genteng di Kabupaten Tabanan”. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian, (1) Pemahaman sistem informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM pengrajin genteng, (2) Penerapan sistem informasi berpengaruh positif terhadap kinerja UKM pengrajin genteng.
4. (Lestari & Rustiana, 2019) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi *Owner* dan Pengetahuan Akuntansi dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang”. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis persepsi *owner* dan pengetahuan akuntansi dalam penggunaan sistem informasi akuntansi terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa:
 - (1) persepsi *owner* dalam penggunaan sistem informasi akuntansi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro kecil, dan menengah
 - (2) pengetahuan akuntansi berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah
 - (3) persepsi *owner* dalam penggunaan sistem informasi akuntansi dan pengetahuan akuntansi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kinerja usaha mikro, kecil dan menengah.

5. (Pasaribu, 2019) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Lubuk Pakam”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *E-Commerce* Terhadap kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah di Lubuk Pakam. Seluruh variabel bebas, yakni perangkat lunak akuntansi dan *E-Commerce* secara simultan mempengaruhi kinerja perusahaan pada UKM sebesar 57,2%, sisanya sebesar 42,8% oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. (Yanuar Lazuardi dan Fu’ad Abdul Salam, 2019) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer. Berdasarkan analisis data dengan menggunakan regresi linier sederhana yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diketahui bahwa pengaruh penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha kecil menengah yang ada di Desa Sendang Duwur Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan

Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini dan penelitian sebelumnya terletak pada objek penelitian dimana yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang ialah usaha *Clothing Store* yang berada di Tanjungpinang. Selain itu, peneliti menggabungkan variabel sistem informasi akuntansi dan pemanfaatan *E-Commerce* untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja usaha *Clothing Store*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018;13) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), berupa angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian pada populasi dan sampel usaha *Clothing Store* untuk mengumpulkan data melalui instrumen penelitian, yang kemudian dianalisis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Jenis Data

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diterima dari sumber pertama atau dengan kata lain data yang pengumpulannya dilakukan sendiri oleh peneliti secara langsung. Mustofa, (2015) Adapun data primer dalam penelitian ini ialah observasi dan penyebaran kuisisioner kepada Usaha *Clothing Store* yang sudah terdaftar di Tanjungpinang.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Studi Pustaka

Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi pustaka dan dokumentasi. Metode studi pustaka dilakukan dengan cara mengolah literatur, artikel, jurnal maupun media tertulis lainnya yang berkaitan dengan topik pembahasan dari penelitian ini, lalu kuesioner dengan cara pengumpulan data dan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Responden akan menilai setiap jawaban dari pertanyaan dengan menggunakan Skala *Likert*.

3.3.2 Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Responden akan menilai setiap jawaban dari pernyataan dengan menggunakan Skala *Likert* 5 poin (Sugiyono, 2012).

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Secara umum populasi penelitian adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti atau sekumpulan subjek yang memiliki ciri berupa karakteristik yang sama dan nantinya akan menjadi bahan penelitian.

Menurut Suharsimi (Linarwati dkk., 2016), populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas- kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut. Populasi dipahami sebagai sekelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik.

Menurut Mulyatiningsih (Yusliani, 2019), populasi adalah sekumpulan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti. Populasi akan menjadi wilayah generalisasi kesimpulan hasil penelitian.

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti.

Menurut Suharismi (2013) , populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.

Adapun populasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang

NO	Wilayah	Jumlah Usaha (unit)
		2021

1.	Bukit Bestari	56
2.	Tanjung Pinang Timur	54
3.	Tanjung Pinang Barat	19
4.	Tanjung Pinang Kota	35
	JUMLAH	164

Sumber: Data Disperindag 2022

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua pelaku usaha *Clothing Store* di Tanjungpinang yang berjumlah 164 usaha *Clothing Store*.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017) dijelaskan bahwa pengertian dari sampel itu adalah bagian dari seluruh total serta karakteristik yang ada pada populasi tersebut. Menurut Handayani (2020), teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel, dan memahami berbagai sifat atau karakter dari subjek yang dijadikan sampel, yang nantinya dapat dilakukan generalisasi dari elemen populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Yusliani, 2019). Teknik sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Berikut kriteria nya:

Tabel 3.2
Kriteria Pengambilan Sampel

NO	Kriteria	Sampel
1	Populasi (Jumlah Usaha <i>Clothing Store</i> yang terdaftar di kantor Disperindag).	164
2	Usaha <i>Clothing Store</i> yang tidak menggunakan <i>E-Commerce</i> dalam kegiatan jual belinya.	(64)

3	Usaha <i>Clothing Store</i> yang tidak menggunakan sistem informasi akutansi baik secara terkomputerisasi maupun manual.	(33)
JUMLAH		73

Sumber : Data diolah penulis 2022

Sampel Proporsi (*Proportional Sample*) adalah teknik pengambilan sampel dengan memperhatikan proporsi dalam sampel wilayah. Adapun sampel proporsi berdasarkan kriteria wilayah kota Tanjungpinang sebagai berikut:

Tabel 3.3
Sampel Proporsi

NO	Kriteria	Jumlah
1.	Bukit Bestari	$\frac{56}{164} \times 73 = 24$
2.	Tanjung Pinang Timur	$\frac{54}{164} \times 73 = 23$
3.	Tanjung Pinang Barat	$\frac{35}{164} \times 73 = 15$
4.	Tanjung Pinang Kota	$\frac{19}{164} \times 73 = 8$
JUMLAH		73

Sumber : Data diolah penulis 2022

3.5 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini dijelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan oleh penelitian bagaimana pengukurannya. Variabel tersebut terdiri dari variabel dependen, independen, dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah Sistem Informasi Akutansi dan *E-Commerce*, variabel dependen adalah kinerja perusahaan pada UKM.

Untuk memudahkan dalam pengumpulan data dan pengukurannya, maka variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3.4
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Butir Pertanyaan
Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> (X1)	Proses pemanfaatan jaringan komputer atau internet untuk melakukan transaksi jual beli produk atau jasa serta kegiatan bisnis baik itu pemasaran, pembayaran, maupun pengiriman. (Nelson, M. L. dan Shaw, n.d.)	1. Aktivitas pemasaran umum	1,2,3
		2. Meneliti pasar	4,5,6
		3. Meraih pasar lebih luas	7,8,9
Sistem Informasi (X2)	Sistem yang dirancang untuk memproses data dan pelaporan informasi baik dengan manual ataupun terkomputerisasi tentang kegiatan yang berhubungan dengan transaksi penjualan dan pembelian persediaan/jasa (Azhar Susanto, 2015)	1. Sistem Pendapatan dan Pengeluaran	1,2,3
		2. <i>Hardware</i>	4,5
		3. <i>Software</i>	6,7
		4. <i>Brainware</i>	8,9
Kinerja perusahaan (Y)	Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. (Wibowo, 2016)	1. Pertumbuhan penjualan	1,2
		2. Pertumbuhan modal	3,4
		4. Pertumbuhan pasar dan pemasaran	5,6
		5. Pertumbuhan keuntungan/laba usaha.	7,8

Sumber diolah oleh penulis (2022)

3.6 Teknik Pengolahan Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut:

1. *Editing*, terhadap kuisioner yang telah diisi, yaitu dengan cara mencari kesalahan-kesalahan yang terdapat di dalam kuisioner yang telah disebar, misalnya terdapat ketidak serasian didalam pengisian kuisioner.
2. *Coding*, teknik ini dilakukan dalam hal pemberian kode tertentu terhadap alternatif jawaban dari kuisiner untuk dapat dikelompokkan dalam kategori yang sama, sehingga dengan demikian akan menyederhanakan jawaban.
3. *Scoring*, teknik ini melakukan pemberian nilai berupa angka pada jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif. Dalam penelitian ini urutan pemberian skor jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Bobot Nilai Alternatif Skala *Likert*
Pernyataan

Pernyataan	
Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono,2011

4. *Tabulating*, pada teknik ini, peneliti mengelompokkan data atas jawaban yang telah diberikan dengan teratur dan teliti, yang kemudian akan dihitung serta disajikan dalam bentuk tabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah sub-sub yang mengemukakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang bisa dan relevan yang digunakan dalam penelitian ini, adapun analisis kuantitatif yang digunakan pada data yang diperoleh dari hasil jawaban kuisisioner dan dilakukan untuk menganalisis data yang berbentuk angka-angka dan perhitungan dengan metode hitung-hitung (Rumengan, Khaddafi, 2015). Dalam pengujian pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 21.0. sehubungan dengan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan peralatan analisis sebagai berikut

3.7.1 Uji Kualitas Data

3.7.1.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sah/ valid atau tidaknya suatu kuisisioner, suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan dalam kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. (Priyatno, 2018).

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid) (Priyatno, 2012).

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016) Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban responden terhadap

pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu pertanyaan yang dijawab oleh responden konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena setiap pertanyaan akan mengukur hal yang sama. Untuk melihat reliabilitas, maka dihitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrument.

Tabel 3.6
Kriteria Penilaian Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1.00	Sangat Tinggi

Sumber: (Sugiyono,2015)

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini merupakan uji prasyarat yang dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan. Pengujian asumsi klasik ini ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*).

Uji Asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Asumsi klasik adalah syarat-syarat yang harus dipenuhi pada model regresi linear OLS agar model tersebut menjadi valid sebagai alat praduga. Adapun tujuan pengujian asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Pengujian asumsi klasik ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji

heterokedastisitas. Hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

Namun untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak, sebaiknya digunakan uji normalitas. Karena belum tentu data yang lebih dari 30 bisa dipastikan berdistribusi normal, demikian sebaliknya data yang banyaknya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal.

Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal atau dapat juga dilakukan dengan menggunakan analisis grafik dengan dasar pengambilan keputusannya. Adapun analisis grafiknya sebagai berikut: Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas ($p \geq 0,05$).

Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas ($p < 0,05$).

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai prediksi variabel terikat yaitu *SRESID* dengan residual error yaitu *ZPRED*. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

3.7.3 Uji Linear Berganda

Setelah semua uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ketergantungan suatu variabel terikat terhadap satu atau lebih variabel bebas. Persamaannya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Kinerja Usaha *Clothing Store*

a = Konstanta

X1 = Pemanfaatan *E-Commerce*

X2 = Sistem informasi Akuntansi

b1 = Koefisien dari variabel pemanfaatan *E-Commerce*

b2= Koefisien dari variabel sistem informasi

e = *Error term*

3.7.4 Pengujian Hipotesis

3.7.4.1 Uji Koefisien Determinansi

Menurut Buchari (2015), Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu indikator yang digunakan untuk menggambarkan berapa banyak variasi yang

dijelaskan dalam model. Berdasarkan nilai R^2 dapat diketahui tingkat signifikansi atau kesesuaian hubungan antara variabel bebas dan variabel tak bebas dalam regresi linier. Besarnya nilai R berkisar antara 0-1, semakin mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel terikat (Y).

3.7.4.2 Uji Parsial (Uji-t)

Uji T adalah metode uji statistik yang membandingkan rata-rata dua sampel untuk menguji kebenaran atau tidaknya sebuah hipotesis (pengujian asumsi) pada suatu populasi.

T-statistics merupakan suatu nilai yang digunakan guna melihat tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis dengan cara mencari nilai *T-statistics* melalui prosedur *bootstrapping*. Pada pengujian hipotesis dapat dikatakan signifikan ketika nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96, sedangkan jika nilai *T-statistics* kurang dari 1,96 maka dianggap tidak signifikan (Ghozali, 2016)dalam (Meiryani, 2021).

3.7.4.3 Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama –sama (stimultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara

simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Meiryani, 2021a).

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian statistik Anova merupakan bentuk

pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut oleh Ghozali (Meiryani, 2021):

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H^0 ditolak dan H^1 diterima. Artinya semua variabel independen/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak. Artinya semua variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar Susanto. (2015). Sistem Informasi Akuntansi, -Struktur-PengendalianResiko-Pengembangan.
- Buchari, S. S. (2015). Pengaruh ROA, ROE, dan EPS Terhadap Harga Saham PT unilever (Periode 2007-2014).
- Ernawati, N. (2020). Pengaruh Kesiapan Modal Dan PEMANFAATAN Terhadap Daya Saing Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. Jurnal Profita, 6.
- Fischer, A. P., & Jasny, L. (2017). *Capacity To Adapt To Environmental Change: Evidence From A Network Of Organizations Concerned With Increasing Wildfire risk. Ecology and Society*, 22(1). <https://doi.org/10.5751/ES-08867-220123>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).
- Hulukati, Evi, D. (n.d.). Mengembangkan Kemampuan Komunikasi dan Pemecahan Masalah Siswa SMP Melalui Penerapan Model Penemuan Terbimbing Menggunakan Tugas Bentuk Superitem. (Laporan Tahunan Penelitian Hibah Bersaing). Gorontalo: Universitas Negeri Gorontalo. 2013.
- Imbayani, I. G. A., & Endiana, I. D. M. (2018). Pengaruh Pemahaman Dan Penerapan Sistem Informasi Terhadap Kinerja Umkm Pengrajin Genteng Di Kabupaten Tabanan. *Juima*, 5, 1–11.
- Informatika, P. P. dan P. P. P. dan I. B. P. dan P. S. D. M. K. K. dan. (2015). Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika.
- Jahanshahi, A.A., Rezaei M., Nawaser K., Ranjbar V., P. B. . (2012). *Analyzing the Effects of Electronic Commerce on Organizational Performance: Evidence from Small and Medium Enterprises. Journal of Business Management*, 6(15).
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall*.
- Kuswiratmo. (2016). Mulai Usaha Itu Gampang!
- Lestari, N. A., & Rustiana, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Owner Dan Pengetahuan Akuntansi Dalam Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi

- Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Pamulang. *Journal of Business & Entrepreneurship Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1(2), 67–80. Retrieved from <https://doi.org/10.24853/baskara.1.2.67-80>
- Linarwati, M., Fathoni, A., & Minarsih, M. M. (2016). Studi Deskriptif Pelatihan Dan Pengembangan Sumberdaya Manusia Serta Penggunaan Metode Behavioral Event Interview Dalam Merekrut Karyawan Baru Di Bank Mega Cabang Kudus. *Journal of Management*, 2(2), 1–8.
- Maulana, R. (2022). Studi Pada Usaha E-Commerce Fashion dan Makanan Kecamatan Majalengka) *The Effect Of The Use Of E-Commerce And Accounting Information Systems On The Company's Financial Performance* (Study on Fashion and Food E-Commerce Business in Majalengka District. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Binsin*, 5(1), 137–146. Retrieved from <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Meiryani. (2021a). Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear.
- Meiryani. (2021b). Memahami Uji t Dalam Regresi Linear.
- Minuzu, M. (2010). Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Universitas Hasanuddin*.
- Mustofa. (2015). Metode Penelitian dengan NPF dan Roa. *Jurnal*, 1–9.
- Nelson, M. L. dan Shaw, M. J. (n.d.). *The Adoption and Diffusion of Interorganizational System Standards and Process Innovations*. 2011.
- Nuari, R. (2017). Pentingnya Usaha Kecil Menengah (UKM) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.
- Pasaribu, L. S. (2019). Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Lubuk Pakam.
- Patel, C. (2015). *JIT Implements In Manufacturing Industry – A Review*.
- Pemerintah Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (086507), 1–121.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh *E-Commerce* Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan

- Untuk Berwirausaha. E-Jurnal Akuntansi (2017) 2017(1) 261-289 ISSN: 2302-8556, 20, 261–289.
- Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20.
- Putri, I. (2013). Penentuan Kebutuhan Investasi Sektor Publik. Jurnal Akuntansi & Ekonomi, 4, 175–179.
- Rumengan, Khaddafi, & M. (2015). Teknik Analisis Data.
- Steinbart, M. B. R. dan P. J. (2018). Sistem Informasi Akuntansi (Edisi 14).
- Sudaryanto, S., Ragimun, R., & Wijayanti, R. R. (2012). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen. Kemenkeu, 1–32.
- Sugiyono. (2011). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta.
- Turban. (2012). *Electronic Commerce Edisi ke-7. Amerika Serikat: Pearso. n*
- Turner, L., Weickgenannt, A., & Copeland, M. K. (2017). *Accounting Information Systems Controls and Processes Third Edition*.
- Wahyuni. (2011). Global Warming: Ancaman Nyata Sektor Pertanian Dan Upaya Mengatasi Kadar Co2 Atmosfer. Jurnal Sains Dan Teknologi.
- Wibowo. (2016). Manajemen Kinerja, Edisi Kelima.
- Wilya. (2013). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja UMKM.
- Yanuar Lazuardi dan Fu'ad Abdul Salam. (2019). Pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Keberhasilan Usaha Kecil Menengah. Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban, 5(2), 197–209.
- Yurniwati. (2003). Kinerja Perusahaan Yang Diukur Dengan Balanced Scorecard.
- Yusliani, N. M. (2019). Perilaku Konsumsi Serat Pangan Siswa Kelas XI Program Keahlian Jasa Boga SMKN 3 Klaten. Universitas Negeri Yogyakarta.

CURRICULUM VITAE



I. DATA DIRI

Nama : Marshella Shanina

Tempat/Tanggal Lahir : Tanjungpinang, 25 November 1999

Status Perkawinan : Belum Menikah

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Nama Orang Tua : Bobby Baldurin
Dewi Sinta

Alamat : Jl. Kapitan No.11

Email : marshella.shanina99@gmail.com

II. PENDIDIKAN FORMAL

- 2006-2012 SDN 004 BUKIT BESTARI
- 2012-2016 SMPN 4 TANJUNGPINANG
- 2016-2018 SMAN 4 TANJUNGPINANG
- 2018-2022 STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG