

Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Di Bidang Fashion

Ayu Puji Lestari¹, Mohamad Afrizal Miradji², Bayu Adi³

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

ay.lestari27@gmail.com¹, afrizal@unipasby.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah E-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di bidang fashion. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik quota sampling. Total sampel pada penelitian ini sebanyak 30 mahasiswa. Peneliti ini menggunakan data yang diambil dari kuisioner yang telah disebar kepada responden. Pada penelitian ini yang berperan sebagai variabel bebas adalah E-commerce (X1) dan sistem informasi akuntansi (SIA), sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Berwirausaha (Y). Pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan melakukan uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, autokorelasi serta uji koefisien determinasi berganda. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan dua metode yaitu pengujian hipotesis secara parsial dan pengujian hipotesis secara simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-commerce berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di bidang fashion, penggunaan sistem informasi akuntansi (SIA) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di bidang fashion serta e-commerce dan sistem informasi akuntansi (SIA) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di bidang fashion.

Kata kunci: E-commerce, Sistem Informasi Akuntansi, Keputusan Berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to determine whether E-commerce and Accounting Information Systems affect entrepreneurial decision making in the fashion sector. The population in this study were students of the Faculty of Economics, PGRI Adi Buana University, Surabaya. The sampling technique in this study used the quota sampling technique. The total sample in this study was 30 students. This study uses data taken from questionnaires that have been distributed to respondents. In this study, the independent variables are E-commerce (X1) and accounting information systems (SIA), while the dependent variable is Entrepreneurial Decision (Y). Testing the validity of the data is done by using the validity test and reliability test. The analysis technique used in this study uses multiple linear regression analysis by performing classical assumption test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation and multiple determination coefficient test. Hypothesis testing in this study uses two methods, namely partial hypothesis testing and simultaneous hypothesis testing. The results of this study indicate that e-commerce has a significant effect on entrepreneurship decision making in the fashion sector, the use of accounting information systems (AIS) has a significant effect on entrepreneurship decision making in the fashion sector and e-commerce and accounting information systems (AIS) have a significant effect on decision making. entrepreneurship in the fashion sector.

Keywords: E-commerce, Accounting Information Systems, Entrepreneurial Decisions

PENDAHULUAN

Bisnis fashion merupakan bisnis yang terus berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat selektif dalam menentukan gaya hidupnya yang kerap dikenal dengan istilah “melek mode”. Masyarakat menyadari bahwa kebutuhan fashion merupakan

kebutuhan primer namun bukan sekedar untuk berpakaian tetapi juga sebagai gaya hidup dan sebagai sarana untuk menunjukkan ekspresi diri. Industri fashion merupakan penyumbang sumbangsih terbesar PDB dengan urutan kedua. Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memiliki mahasiswa angkatan 2018 yang berwirausaha diberbagai bidang. Hasil survei kepada mahasiswa memiliki hasil terbanyak berusaha di bidang fashion dengan total 42 mahasiswa. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis fashion merupakan usaha yang menjanjikan untuk jangka panjang sehingga banyak mahasiswa yang memilih berbisnis dalam bidang ini.

Produk fashion termasuk produk yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang panjang karena pada umumnya produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Produk yang dijual oleh mahasiswa tersebut diantaranya yaitu seragam pecak silat, hijab, atasan wanita, pakaian laki-laki, baju animee, jaket, hijab dan masker. Dari total mahasiswa yang berjualan di bidang fashion tersebut, 30 mahasiswa menjual produknya secara online dan sisanya secara offline.

Penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia semakin bertambah dikarenakan sumber daya manusianya mengikuti perkembangan teknologi ditambah lagi dengan adanya virus Covid-19 yang membuat masyarakat membatasi mobilitas keluar rumah baik untuk bekerja, menunaikan ibadah maupun untuk berbelanja sehingga masyarakat lebih memilih untuk berbelanja secara online. Fenomena tersebut merupakan potensi besar bagi wirausahawan untuk memanfaatkan teknologi (e-commerce) agar usahanya tetap berjalan dengan baik.

E-Commerce adalah suatu aplikasi yang berfungsi sebagai media penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui electronic commerce (e-commerce) yang saling menghubungkan antara penjual dengan pembeli (Harmayani et al., 2020). Mahasiswa tersebut memiliki modal yaitu ponsel pintar dan pemanfaatan e-commerce sebagai dukungan untuk menjualkan produknya dengan jangkauan yang sangat luas agar tercipta transaksi yang bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun. Kegiatan transaksi tersebut bisa terjadi apabila penjual mencantumkan informasi mengenai barang yang akan dijual di e-commerce.

Di dalam e-commerce terdapat sumber informasi perusahaan. Sistem informasi akuntansi yang harus dipahami yaitu mengenai pengumpulan, pencatatan, penyimpanan serta informasi mengenai transaksi yang memiliki manfaat bagi penggunanya. Dalam hal ini mahasiswa mengunggah beberapa informasi akuntansi mengenai produk yang dijualnya seperti foto produk, variasi produk, stok produk, harga produk, masa garansi produk dan cara pembayaran yang bisa menunjang agar penjualan di e-commerce stabil atau bahkan lebih meningkat.

Usaha untuk meningkatkan penjualan tersebut di e-commerce ternyata tidak sesuai dengan ekspektasi. Hampir dari seluruh sampel yang diambil mengalami penurunan omzet. Informasi tersebut didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan owner. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha di Bidang Fashion”

METODE

Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari kuisioner yang disebar kepada responden. Kumpulan pertanyaan yang akan diajukan kepada responden merupakan pengembangan dari indikator variabel yang telah ditentukan untuk menyusun kumpulan instrumen yang berupa pertanyaan atau jawaban. Dalam penelitian ini kuisioner menggunakan kriteria jawaban dengan skala likert. Pengujian keabsahan data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi

linier berganda dengan melakukan uji asumsi klasik, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, autokorelasi serta uji koefisien determinasi berganda. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan dua metode yaitu pengujian hipotesis secara parsial dan pengujian hipotesis secara simultan.

HASIL

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi, dimana data dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan 5%. Pada penelitian ini digunakan sampel sebanyak 30 sehingga r hitung yang dihasilkan dari taraf signifikan 5% sebesar 0,361. Untuk menghitung validitas digunakan rumus Pearson Product Moment (Sugiyono, 2018). Berikut adalah hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel Hasil Uji Validitas		
Variabel	Nilai	Keterangan
E-commerce (X_1)		
$X_{1.1}$	0,815	Valid
$X_{1.2}$	0,703	Valid
$X_{1.3}$	0,746	Valid
$X_{1.4}$	0,793	Valid
$X_{1.5}$	0,595	Valid
SLA (X_2)		
$X_{2.1}$	0,68	Valid
$X_{2.2}$	0,635	Valid
$X_{2.3}$	0,627	Valid
$X_{2.4}$	0,635	Valid
$X_{2.5}$	0,59	Valid
Keputusan Berwirausaha (Y)		
Y_1	0,748	Valid
Y_2	0,733	Valid
Y_3	0,715	Valid
Y_4	0,733	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban responden. Dapat dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai cronbach alpha sebesar >0.60 (Sugiyono, 2018). Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

Tabel Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai	Keterangan
E-commerce (X_1)	0,781	Reliabel
SIA (X_2)	0,627	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	0,711	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Dalam teknik pengambilan data secara analisis regresi linier berganda terdapat uji prasyarat yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji heteroskedastisitas dan auto korelasi. Berikut adalah penjelasan mengenai semua uji yang dilakukan dalam proses uji asumsi klasik. Dalam pengujian ini menggunakan program SPSS versi 25. Berikut adalah hasil dari uji asumsi klasik :

Tabel Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi	Hasil	Kriteria	Keterangan
Uji Normalitas	0,2	Sig > 0,05	Data terdistribusi normal
Uji Multikolinieritas			
E-commerce (X_1)	Tol 0,290 VIF 3,573	Tolerance > 0.1	Bebas multikolinieritas
SIA (X_2)	Tol 0,290 VIF 3,573	VIF < 10	Bebas multikolinieritas
Uji Heteroskedastisitas			
E-commerce (X_1)	Sig = 0,679	Sig > 0,05	Bebas heteroskedastisitas
SIA (X_2)	Sig = 0,774	Sig > 0,05	Bebas heteroskedastisitas
Uji Autokorelasi	1,638	1,5666 < DW < 2,444	Bebas autokorelasi

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Pada penelitian ini pengumpulan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 25. Adapun hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Nilai
1 (Constant)	-3,155
E-commerce	0,382
SIA	0,544

a. Dependent Variable: Keputusan Berwirausaha

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -3,155 + 0,382X_1 + 0,544X_2 + e$$

Dari persamaan di atas, maka diperoleh keterangan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -3,155 dengan nilai negatif. Artinya tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas, maka variabel terikat sebesar -3,155 satuan.
- Variabel e-commerce (X_1) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,382 dengan nilai positif. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel e-commerce (X_1), akan berdampak pada kenaikan variabel keputusan berwirausaha (Y) sebesar 0,382 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
- Variabel sistem informasi akuntansi (SIA) memperoleh nilai koefisien sebesar 0,544 dengan nilai positif. Artinya setiap kenaikan satu satuan variabel SIA (X_2), akan berdampak pada kenaikan variabel keputusan berwirausaha (Y) sebesar 0,544 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25. Pengujian hipotesis dilakukan uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f). Berikut penjelasan masing-masing variabel ini:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara individual antara variabel independen dan variabel dependen. Diukur menggunakan level of significance dan dinyatakan dapat berpengaruh apabila nilai signifikansi (α) < 0,05 dan t hitung > t tabel (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini memiliki total responden sebanyak 30 atau $N = 2$ dan memiliki dua variabel bebas, maka memiliki nilai t tabel sebesar 1,6973.

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T hitung	Sig.
E-commerce (X_1)	4.055	0.000
SIA (X_2)	4.606	0.000

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh penjelasan sebagai berikut :

1. Variabel e-commerce (X_1) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung $4,055 > t$ tabel $1,6973$. Artinya variabel e-commerce berpengaruh signifikan terhadap keputusan berwirausaha (Y), atau H_1 diterima.
 2. Variabel SIA (X_2) memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung $4,606 > t$ tabel $1,6973$. Artinya variabel SIA (X_2) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha (Y), atau H_2 diterima.
- b. Uji Simultan (Uji f)
- Uji simultan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama antara variabel independen dengan variabel dependen. Diukur menggunakan level of significance dan dinyatakan dapat berpengaruh simultan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ f hitung $> f$ tabel. Dalam penelitian ini memiliki jumlah responden sebanyak 30 responden atau $N = 30$ dengan dua variabel bebas, maka f hitung yang dihasilkan sebesar $3,32$. (Ghozali, 2018)

Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)		
Variabel	F hitung	Sig.
E-commerce (X_1)	123,9	,000
SIA (X_2)		

Sumber: Hasil Output SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki f hitung $123,900 > f$ tabel $3,32$. Artinya secara simultan variabel e-commerce (X_1) dan SIA (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan berwirausaha (Y), atau H_3 diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. E-commerce berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di bidang fashion.
2. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di bidang fashion.
3. E-commerce dan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha di bidang fashion.

IMPLIKASI

Bagi Universitas: Penerapan aplikasi e-commerce dan sistem informasi akuntansi dari teori yang didapat diperkuliahan.

Bagi Penulis: Pengetahuan baru tentang e-commerce dan sistem informasi akuntansi.

Bagi Perusahaan: Mendapatkan informasi lebih banyak tentang e-commerce dan sistem informasi akuntansi sehingga bisa menjadi bahan evaluasi untuk perusahaan.

KETERBATASAN PENELITIAN

Dalam penelitian ini mendapatkan sedikit responden dengan status penjual secara online shop sehingga kurang menginterpretasikan tanggapan mengenai e-commerce dan sistem informasi akuntansi sebagai keputusan berwirausaha di bidang fashion.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggaranie, G. (2020). "Klasifikasi Bisnis e-Commerce. *Supply Chain Indonesia*, 22–25.
- Ayu, D., & Pramswari, A. (2017). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia ABSTRAK Perkembangan teknologi informasi di dunia usaha sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan. *E-Jurnal Akuntansi* (2017) 2017(1) 261-289 ISSN: 2302-8556, 20, 261–289.
- Fatah, K., & Tutut Dwi Andayani. (2021). Pengaruh Dimensi-Dimensi Kemudahan Penggunaan , Berbelanja Dari Aplikasi E-Commerce B2c Di Masa Pandemi. *The 13th University Research Colloquium 2021*, 1–20.
- Fitriah, N. (2019). *Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Keem). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmayani, MarPaung, D., Hamzah, A., Mulyani, N., & Jeperson Hutahaeen. (2020). *E-commerce Suatu Pengantar Bisnis Digital* (J. Simamarta (ed.); Pertama). Yayasan Kita Menulis.
- Kuncoro, T., Asfani, K., & Priyono, P. (2021). Training Pengembangan Pembelajaran Electronic Commerce Bagi Guru Sekolah Menengah Kejuruan. *Proceedings National Conference ...*, 34–38.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif, Teori Dasar dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Deepublish.
- Nadhila, A. (2021). Online Shop. *Jurnal by.Mekari*. <https://help-center.jurnal.id/hc/id/articles/4416082953497-Online-Shop>
- Nirmala, E., & Musyafa, A. (2017). *Modul E-commerce Teknik Informatika* (P. Oktavia (ed.)). UNPAM PRESS.
- Rapika, S. (2021). Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Akuntansi*.
- Rerung, R. R. (2018). *E-commerce Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi* (R. R. Rerung (ed.); April 2018). Deepublish.
- Reza, Miradji, M. A., & Adi, B. (2022). Pengaruh Net Profit Margin, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Financial Lverage dan Nilai Perusahaan terhadap Perataan Laba Dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi (Perusahaan Otomotif BEI Periode 2016-2019). *Journal of Sustainability Bussines Research (JSBR)*, 3 No.1, 332.
- Romindo, Muttaqin, Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudin, M., Banjarnahor, A. R., Kusuma, A. H. P., Effendy, F., Sulaiman, O. K., & Simarmata, J. (2019). *E-commerce : Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis.
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information Systems*. Pearson.
- Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Airlangga University Press.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Susanto, A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi* (Edisi Perd). Lingga Jaya.
- Yulianto, N. A. B., Maskan, M., & Utaminingsih, A. (2018). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Polinema Press.

- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan PPenelitian Gabungan*. Kencana.
- Zamzami, F., Nusa, N. D., & Faiz, I. A. (2021). *Sistem Informasi Akuntansi* (Andayani (ed.)). Gajah Mada University Press.