

# Persepsi UMKM dalam Penggunaan Ecommerce untuk meningkatkan Akurasi Sistem Informasi Penjualan dan Persediaan

Yananto Mihadi Putra<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Universitas Mercu Buana, Indonesia. Email: [yananto.mihadi@mercubuana.ac.id](mailto:yananto.mihadi@mercubuana.ac.id)

\*Corresponding Author. Jalan Meruya Selatan No.1, Kembangan, Jakarta Barat, Indonesia. Email: [yananto.mihadi@mercubuana.ac.id](mailto:yananto.mihadi@mercubuana.ac.id)

## \*Acknowledgements:

Terima kasih kepada Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana yang telah memfasilitasi proses penelitian dan publikasi manuskrip ini.

## Abstract

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektifitas system informasi akuntansi pada pelaku UMKM yang menggunakan ecommerce. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan variabel independen pada model pertama adalah akurasi informasi penjualan (IP) dan profitabilitas (PT) sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah penggunaan e-commerce (PE). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM pengguna Ecommerce di Jakarta. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel acak berdasar area (*Cluster Random Sampling*) dengan kriteria UMKM yang telah menggunakan Ecommerce.

**Keywords:** Sistem informasi akuntansi, sistem penjualan, UMKM, E-Commerce

**JEL Classification Code:** E44, F31, F37, G15

[<https://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php?view=jel> ]

## 1. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi informasi begitu pesat diiringi kemajuan sistem informasi yang berbasis teknologi. Teknologi memberikan kontribusi yang cukup banyak dengan adanya berbagai kemudahan secara langsung kepada perusahaan atau organisasi. Perusahaan atau organisasi tersebut telah mengakui peran teknologi informasi yang menyediakan suatu sistem informasi akuntansi yang cepat, tepat dan akurat.

Ketika organisasi atau perusahaan semakin besar, maka informasi menjadi sangat penting sebagai salah satu alat bantu bagi manajer dalam menjalankan tugas dan fungsinya. Untuk mendapat informasi yang tepat dan akurat maka diperlukan sistem informasi akuntansi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan perusahaan atau organisasi untuk melaksanakan kegiatan perusahaan atau organisasi.

Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang mengumpulkan, menyimpan dan mengolah data keuangan dan akuntansi yang digunakan oleh pengambil keputusan. Informasi akuntansi merupakan sistem yang umumnya berbasis komputer dan metode untuk melacak kegiatan akuntansi dalam hubungannya dengan sumber daya teknologi informasi. (id.wikipedia.org). Menurut Krismiaji, (2015), "Sistem informasi akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses data dan transaksi guna menghasilkan informasi yang bermanfaat untuk merencanakan, mengendalikan bisnis." Menurut Laudon & Laudon (2013), "Sistem informasi akuntansi adalah komponen-komponen yang saling berkaitan dan bekerja sama untuk mengumpulkan, menyimpan, dan memproses informasi guna mendukung pengambilan keputusan, pengendalian, koordinasi, dan untuk memberikan gambaran aktivitas internal perusahaan."

Informasi (information) adalah data yang telah dikelola dan diproses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan. Sebagaimana perannya, pengguna membuat keputusan yang lebih baik sebagai kuantitas dan kualitas dari peningkatan informasi (Romney et al., 2015a). Informasi yang berkualitas adalah informasi yang mempunyai keakurasian, kecepatan dan kesesuaian dengan kebutuhan manajemen dan kelengkapan dari informasi yang dihasilkan (Susanto, 2013). Informasi akuntansi berupa hasil penjualan merupakan salah satu bagian penting dalam perusahaan yaitu untuk memberikan informasi bagaimana potensi profitabilitas yang dapat diperoleh perusahaan (Arseno, 2014). Serta proses penyusunan laporan keuangan dalam bentuk laporan laba rugi (Aufar, 2013).

Laporan Keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada satu periode akuntansi yang dapat dipergunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan tersebut (F. L. Utami et al., 2020). Pernyataan standar akuntansi Pemerintah (SPAP) No.1 menjelaskan definisi laporan keuangan sebagai laporan yang terstruktur mengenai posisi keuangan dan transaksi-transaksi yang dilakukan oleh suatu entitas pelaporan. Laporan keuangan menjadi alat yang digunakan untuk memajukan capaian kinerja dan pelaksanaan fungsi pertanggungjawaban dalam suatu entitas (Triandy & Amir, 2014). Rahmawati & Puspasari (2017) menyatakan bahwa kualitas keuangan dapat diukur berdasarkan karakteristik diantaranya: dapat dipahami, relevan, materialitas, keandalan/reliabilitas, penyajian jujur, substansi mengungguli bentuk, netralitas, pertimbangan sehat, kelengkapan, dan dapat dibandingkan.

Proses jual beli melalui internet atau online shopping disebut juga dengan e-commerce. E-commerce adalah penggunaan internet dan web untuk transaksi bisnis. Lebih formalnya secara digital memungkinkan terjadinya transaksi komersial antara organisasi dan individu (Laudon & Traver, 2013). Online shop memberikan beragam fasilitas yang sangat memudahkan penggunaannya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna online shop dimanjakan oleh beragam fasilitas tersebut. Beragam fasilitas yang disajikan oleh online shop memberikan warna baru dalam segi belanja. Rancangan aplikasi yang mampu memenuhi berbagai macam kriteria kemampupemakaian, seperti mudah digunakan, efisien, efektif, mudah dipelajari,

memberikan kepuasan dalam penggunaan, dan mudah untuk diakses (Rubin dan Chisnell, 2008).

**Tabel 1. E-Commerce di Indonesia Tahun 2017, 2018 dan 2019**

No	Nama Platform E-Commerce	Jumlah Pengunjung		
		2017	2018	2019
1.	Tokopedia	501.861.100	510.902.200	411.468.800
2.	Bukalapak	480.900.200	300.766.200	387.159.800
3.	Lazada	401.002.100	274.450.400	158.043.900
4.	Shopee	300.248.800	250.265.900	294.638.600
5.	Blobli	40.444.800	43.097.200	119.309.100
6.	JD.ID	22.045.400	16.978.200	36.822.500
7.	Bhinneka	10.700.700	23.310.500	21.308.800
8.	Matahari Mall	7.010.000	5.071.000	2.587.900
	Total	1.764.213.100	1.424.841.600	1.431.339.400

Sumber: iPrice Group (2020)

Aplikasi e-commerce memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta membekali pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Dengan begitu minat beli online shopping pada konsumen di aplikasi shopee pun meningkat. Hal itu dikarenakan adanya beberapa kecanggihan aplikasi e-Commerce yang membuat konsumen lebih tertarik berbelanja online menggunakan aplikasi tersebut (Rahmidani, 2015). Hal ini dapat dilihat dari data pertumbuhan pengguna aplikasi e-commerce pada tabel 1.

Beberapa penelitian menunjukkan adanya peningkatan penjualan yang signifikan di UMKM setelah menerapkan e-commerce. Hal ini pun secara tidak langsung dapat menjadi ancaman bagi peritel konvensional. Maka perusahaan menanggapi ancaman tersebut dengan menambahkan metode penjualan online dari yang sebelumnya hanya berfokus terhadap tersebarnya gerai di seluruh Indonesia. Namun belum tentu bagi industri ritel besar apakah ia dapat bersaing atau tidak dengan pelaku e-commerce lainnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Utami (2020) menunjukkan bahwa kesiapan organisasi dan manfaat e-commerce berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-commerce sedangkan variabel tekanan eksternal dan kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan e-commerce karena kurangnya motivasi dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan model kedua menunjukkan hasil bahwa variabel independen yang digunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-commerce maka semakin mampu dalam meningkatkan profitabilitas pada UMKM baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian Sukmono & Hendratno (2018) menunjukkan hasil bahwa terdapat kenaikan NPM sebesar 1,15%, ROI 0,83% dan ROE 2,53% sesudah menerapkan teknologi informasi. Namun ketiga rasio menunjukkan perbedaan yang tidak signifikan yaitu NPM sebesar 0,109%, ROI 0,312%, dan ROE 0,339% antara sebelum dan sesudah menerapkan teknologi informasi.

Berdasarkan review penelitian terdahulu terlihat bahwa penggunaan perangkat lunak akuntansi dapat membantu memenuhi kebutuhan UMKM dalam mengelola data secara efektif dan efisien. Banyak ragam *software* yang ditawarkan, tetapi belum tentu sesuai dengan sistem yang diterapkan oleh UMKM. Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam memilih software beberapa faktor-faktor tersebut adalah harga, *performance*, stabilitas, fleksibilitas, implementasi, *customization* dan dukungan vendor (Kurniawan & Diptyana, 2011).

Hasil Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Resnawiyanti (2016) menunjukkan bahwa secara parsial sistem informasi akuntansi berbasis ERP aplikasi System Application Product (SAP) yang menggunakan modul Financial Controlling (FICO) berpengaruh positif terhadap kualitas laporan keuangan. Kemudian penelitian Arseno (2014) menunjukkan bahwa sistem informasi

akuntansi penjualan kredit, ada beberapa kelemahan dan kekurangan yang masih harus diperbaiki.

Selanjutnya hasil penelitian Rahmawati & Puspasari (2017) menunjukkan bahwa telah menerapkan sistem informasi akuntansi terkomputerisasi yang langsung terhubung dengan kantor pusat sehingga pelaksanaan kegiatan perusahaan terkontrol dengan baik meskipun terdapat kelemahan dalam pengendalian intern pengiriman uang ke kas kantor pusat dan dokumen yang diotorisasikan oleh bagian yang tidak sesuai dengan fungsi dan tugasnya. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengendalian internal, kompetensi sumber daya manusia dan penerapan e-commerce berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi baik secara individu ataupun secara simultan (Rujito et al., 2016).

Berdasarkan perbedaan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai pentingnya sistem informasi akuntansi penjualan terhadap profitabilitas umkm pengguna ecommerce di Jabodetabek.

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Sistem Informasi Akuntansi**

Sistem Informasi akuntansi merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu sistem informasi perusahaan. Dalam suatu sistem informasi perusahaan, sistem informasi akuntansi merupakan suatu bagian dari sistem informasi yang lebih banyak berhubungan dengan data keuangan. Pada dasarnya, system merupakan suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, yang disusun sesuai dengan skema yang menyeluruh untuk melaksanakan suatu kegiatan atau fungsi utama dari perusahaan yang dihasilkan oleh suatu proses tertentu yang bertujuan untuk menyediakan informasi untuk membantu mengambil keputusan manajemen operasi perusahaan dari hari ke hari serta menyediakan informasi yang layak untuk pihak di luar perusahaan.

Menurut Widjajanto (2001) dan Amrul & Wijayanto (2019), Akuntansi sebagai suatu sistem informasi mencakup kegiatan mengidentifikasi, menghimpun, memproses, dan mengkomunikasikan informasi ekonomi mengenai suatu organisasi ke berbagai pihak.

#### **Kemampuan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi**

Kemampuan personal yang tinggi akan memacu pengguna untuk memakai sistem informasi akuntansi, sehingga kinerja sistem informasi akuntansi menjadi lebih efektif. pengguna sistem informasi yang memiliki teknik baik yang berasal dari pendidikan yang pernah ditempuh atau dari pengalaman menggunakan sistem akan meningkatkan kepuasan dalam menggunakan sistem informasi akuntansi (Kurnia et al., 2015; Purwati & Suparlinah, 2017; Romney et al., 2015b; Susanto, 2013). Untuk menilai kerangka kerja suatu sistem informasi akuntansi dapat dilihat dari *performance, information, economy, control, efficiency*, dan *service* (PIECES) (Susanto, 2013)

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Akuntansi adalah sebuah sistem yang memproses dan mengumpulkan datas serta transaksi untuk menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

#### **Fungsi Sistem Informasi Akuntansi**

Bagi suatu perusahaan, Sistem informasi akuntansi dibangun dengan tujuan utama untuk mengolah data akuntansi yang berasal dari berbagai sumber menjadi informasi akuntansi yang diperlukan oleh berbagai macam pemakai untuk mengurangi resiko saat mengambil keputusan. Ada tiga fungsi sistem informasi akuntansi yaitu sebagai berikut :

Menurut Susanto (2013) menyatakan fungsi sistem informasi akuntansi adalah

- a. Mendukung aktivitas perusahaan sehari-hari
- b. Mendukung proses pengambilan keputusan
- c. Membantu pengelola perusahaan dalam memenuhi tanggung jawabnya kepada pihak eksternal

Tujuan sistem informasi akuntansi menurut Krismiaji (2015:86) yaitu

- a. Kemanfaatan informasi yang dihasilkan oleh sistem harus membantu manajemen dan para pemakai dalam pembuatan keputusan
- b. Ekonomis : manfaat sistem harus melebihi pengorbanannya
- c. Daya andai : sistem harus memproses, dapat mengakses data senyaman mungkin, kapan saja pemakai menginginkannya.
- d. Ketepatan waktu : informasi penting harus dihasilkan lebih dahulu kemudian baru informasi lainnya.
- e. Servis pelanggan : servis yang memuaskan kepada pelanggan harus diberikan
- f. Kapasitas : kapasitas sistem harus mampu menangani kegiatan pada periode sibuk dan pertumbuhan di masa mendatang
- g. Praktis : sistem harus mudah digunakan
- h. Fleksibilitas : sistem harus mengakomodasi perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan sistem
- i. Daya telusur : sistem harus mudah dipahami oleh para pemakai dan perancang dan memudahkan penyelesaian persoalan serta pengembangan sistem di masa mendatang.
- j. Daya audit : daya audit harus ada dan melekat pada sistem sejak awal atau pembuatannya
- k. Keamanan : hanya personil yang berhak saja yang dapat mengakses atau diijinkan mengubah data sistem.

### **Komponen Sistem Informasi Akuntansi**

Komponen sistem informasi akuntansi menurut Romney dan Steinbart (2015), yaitu :

- a) Orang yang menggunakan sistem
- b) Prosedur dan instruksi yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses data dan menyimpan data.
- c) Data mengenai organisasi dan aktivitas bisnisnya
- d) Perangkat lunak yang digunakan untuk mengolah data
- e) Infrastruktur teknologi informasi, meliputi computer, perangkat, periferal dan perangkat jaringan komunikasi yang digunakan dalam sistem informasi akuntansi.
- f) Pengendalian internal dan pengukuran keamanan yang menyimpan

#### **2.1.1. Sistem Informasi Akuntansi Penjualan**

Pengertian Sistem Informasi akuntansi penjualan menurut Susanto (2010) adalah Kerangka kerja dalam sumber daya manusia, alat, metode, dan kesemuanya itu dikoordinasikan untuk mengolah data penjualan menjadi informasi penjualan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Sedangkan menurut Mulyadi (2016), Sistem Akuntansi Penjualan merupakan serangkaian kegiatan yang terdiri dari transaksi penjualan barang atau jasa baik secara kredit maupun secara tunai. Dalam transaksi penjualan kredit, jika order dari pelanggan telah dipenuhi dengan pengiriman barang atau penyerahan jasa, untuk jangka waktu tertentu maka perusahaan memiliki piutang kepada pelanggannya. Kegiatan penjualan secara kredit tersebut ditangani oleh perusahaan melalui sistem penjualan kredit. Dalam transaksi penjualan tunai, barang dan jasa baru diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli jika perusahaan telah menerima kas dari pembeli. Kegiatan penjualan secara tunai oleh perusahaan melalui sistem penjualan tunai.”

Dari penjelasan diatas penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sistem informasi akuntansi penjualan merupakan suatu alat untuk menjalankan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan transaksi penjualan baik secara tunai maupun kredit.

#### **a. Catatan Akuntansi yang Digunakan**

- 1) Jurnal penjualan  
Jurnal penjualan ini dimanfaatkan oleh fungsi akuntansi untuk melakukan pencatatan dan meringkas data penjualan yang terjadi.
- 2) Jurnal Penerimaan Kas  
Jurnal penerimaan kas ini dimanfaatkan oleh fungsi akuntansi untuk melakukan pencatatan penerimaan kas dari penjualan tunai yang terjadi.
- 3) Jurnal Umum  
Jurnal umum ini dimanfaatkan oleh fungsi akuntansi untuk melakukan pencatatan harga pokok yang dijual.
- 4) Kartu Persediaan  
Kartu persediaan dimanfaatkan oleh fungsi akuntansi untuk pencatatan berkurangnya harga pokok produk yang dijual. Kartu ini diadakan di fungsi akuntansi untuk mengawasi mutasi dan persediaan barang yang disimpan di gudang.
- 5) Kartu gudang  
Kartu gudang yang berupa catatan ini dimanfaatkan untuk pencatatan mutasi dan persediaan barang yang disimpan dalam gudang.

#### **b. Prosedur yang Membentuk Sistem Penjualan Tunai**

Prosedur penjualan tunai yang dilakukan baik secara manual ataupun terkomputerisasi menampilkan mutu bagan alir dikumen. Prosedur penjualan tunai tersebut bukan merupakan prosedur baku, karena penerapannya bisa bervariasi dan banyak tergantung kepada karakteristik masing-masing perusahaan itu sendiri.

Menurut (Mulyadi, 2016), ada beberapa jaringan prosedur yang membentuk sistem penjualan tunai , yaitu :

- 1) Prosedur order penjualan  
Di dalam prosedur order penjualan ini, fungsi penjualan menerima pesanan dari pemesan kemudian membuat faktur penjualan tunai yang digunakan pembeli untuk melakukan pembayaran kepada fungsi kas dan memungkinkan fungsi gudang dan fungsi pengiriman menyiapkan barang yang akan diserahkan kepada pembeli yang sudah dibayarkan.
- 2) Prosedur pengiriman kas  
Di dalam prosedur penerimaan kas ini, fungsi kas menerima pembayaran harga barang dari pembeli yang sudah memedan kemudian memberikan tanda pembayaran ( berupa pita registrer kas dan cap “lunas” pada faktur penjualan tunai) kepada pembeli untuk memungkinkan pembeli melakukan pengambilan barang yang dibelinya dari fungsi pengiriman.
- 3) Prosedur penyerahan barang  
Di dalam prosedur penyerahan barang ini, fungsi pengiriman menyerahkan barang kepada pembeli yang sudah dibayarkan.
- 4) Prosedur pencatatan penjualan tunai  
Di dalam prosedur pencatatan penjualan tunai ini, fungsi akuntansi mencatat penjualan tunai dalam jurnal penjualan dan jurnal penerimaan kas. Fungsi akuntansi juga mencatat berkurangnya persediaan barang yang dijual dalam kartu persediaan.
- 5) Prosedur penyeteroran kas ke bank

Di dalam prosedur penyetoran kas ke bank ini, fungsi kas menyetorkan kas yang diterima dari penjualan tunai kepada pihak luar.

6) **Prosedur pencatatan penerimaan kas**

Di dalam prosedur pencatatan penerimaan kas ini, fungsi akuntansi melakukan pencatatan penerimaan kas dalam jurnal penerimaan kas berdasarkan bukti penyetoran bank yang diterima dari bank melalui fungsi kas.

7) **Prosedur pencatatan harga pokok penjualan**

Di dalam prosedur pencatatan harga pokok penjualan ini, fungsi akuntansi membuat rekapitulasi harga pokok penjualan yang berdasarkan data dalam kartu persediaan.

### 2.1.2. *Ecommerce*

*Electronic Commerce* (e-commerce) merupakan salah media yang digunakan oleh pelaku usaha untuk memasarkan berbagai produknya (Mahliza, 2019). E-commerce adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. E-commerce merupakan bagian dari e-business, dengan cakupan e-business lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengkolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lain. Selain teknologi jaringan website, e-commerce juga memerlukan teknologi basis data atau pangkalan data (database), e-surat atau surat elektronik (e-mail), dan bentuk teknologi non komputer yang lain seperti halnya sistem pengiriman barang dan alat pembayaran untuk e-commerce ini (Siregar, 2010).

Dalam penerapannya, kini e-commerce terdapat banyak aplikasinya. Untuk menjalankan berbagai aplikasi tersebut, maka dibutuhkan informasi, infrastruktur, dan layanan pendukung yang tepat. Berikut merupakan bagan yang menjelaskan komponen-komponen dalam ruang lingkup pelaksanaan aplikasi e-commerce.

#### a. **Jenis-jenis E-Commerce**

**Business-to-Business (B2B).** Pada jenis e-commerce ini proses penjualan produk atau jasa yang melibatkan beberapa perusahaan dan dilakukan dengan sistem otomatis. Umumnya, perusahaan-perusahaan yang terlibat adalah pemasok, distributor, pabrik, toko, dan lain-lain. Transaksi ini biasanya dilakukan secara langsung antara dua sistem. Misalnya, transaksi yang dilakukan oleh Wal Mart dan para pemasoknya. Menurut Korper dan Ellis (2002), kelebihan B2B ini dapat menghemat biaya, meningkatkan pendapatan, mempercepat pengiriman, mengurangi biaya administrasi, dan meningkatkan layanan kepada pelanggan.

**Business-to-Consumer (B2C).** B2C melibatkan interaksi dan transaksi antara sebuah perusahaan penjual dan konsumen. Contoh perusahaan penjual tersebut antara lain: Dell ([www.dell.com](http://www.dell.com)) yang menjual berbagai macam komputer dan periferal; Cisco ([www.cisco.com](http://www.cisco.com)) yang menjual berbagai peralatan jaringan, Amazon ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)) yang menjual buku, permainan, barang elektronik, dll; serta Drugstore ([www.drugstore.com](http://www.drugstore.com)) yang menjual berbagai barang kesehatan dan kecantikan.

**Consumer-to-Consumer (C2C).** C2C melibatkan transaksi antara konsumen dengan konsumen. Salah satu contohnya adalah situs eBAY ([www.ebay.com](http://www.ebay.com)) yang menyediakan sarana yang memungkinkan orang-orang dapat menjual atau membeli barang di antara mereka sendiri.

**Consumer-to-Business (C2B).** Beberapa situs telah berinisiasi untuk mendukung bisnis yang berbasis konsumen atau perorangan kepada pebisnis atau organisasi. Contohnya adalah Priceline.com, dimana situs ini memungkinkan seseorang untuk menjual rumah ke perusahaan. Dalam hal ini, internet dapat digunakan sebagai sarana untuk negosiasi.

#### b. **Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia**

Beberapa jenis e-commerce menurut Pradana (2015), antara lain:

**Listing/ Iklan Baris.** Berfungsi sebagai sebuah platform yang dimana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil. Jenis ini merupakan kelompok interaksi B2C dan C2C. Contoh: olx.com, berniaga.com.

**Online Marketplace.** Ini adalah model bisnis dimana website yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tapi juga memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh website yang bersangkutan. Online marketplace merupakan kelompok interaksi C2C. Contoh: tokopedia.com, bukalapak.com.

**Shopping Mall.** Model bisnis ini mirip dengan marketplace, tapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Hal ini termasuk dalam kategori kelompok interaksi B2B dan B2C. Contoh: blibli.com, zalora.com.

**Toko Online.** Model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli. Jenis ini masuk dalam kategori kelompok interaksi B2C. Contoh: lazada.co.id, bhinneka.com

**Toko Online Di Media Sosial.** Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram untuk mempromosikan barang dagangan mereka. Jenis ini masuk dalam kategori kelompok interaksi C2C. Contoh: Siapapun yang berjualan dengan media sosial.

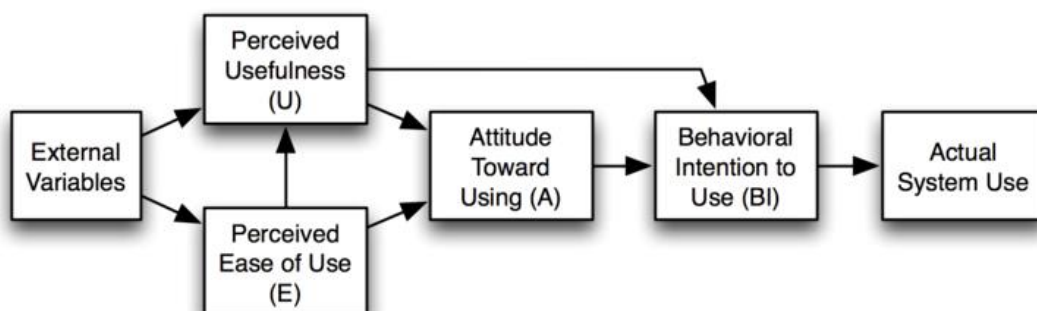
**Jenis-jenis website crowdsourcing dan crowdfunding.** Website dipakai sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama atau untuk penggalangan dana secara online. Jenis ini masuk dalam kategori kelompok interaksi C2B. Contoh: kitabisa.com, wujudkan.com.

### 2.1.3. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Pengujian pengaruh penggunaan e-Commerce pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)*. *Technology Acceptance Model (TAM)* adalah landasan teoritis untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi. TAM pertama kali diusulkan oleh Davis (1989) dalam tesis Doktoralnya. Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang telah dikembangkan oleh Davis (1989) adalah salah satu model penelitian yang paling populer untuk memprediksi penggunaan dan penerimaan sistem informasi dan teknologi oleh pengguna individual.

TAM mengadopsi dua faktor persepsi, yaitu: *perceived usefulness* and *perceived ease of use* (persepsi kegunaan yang dirasakan dan persepsi atas kemudahan penggunaan yang dirasakan). Baik *perceived usefulness* maupun *perceived ease of use* akan dipengaruhi oleh variabel eksternal. Variabel eksternal adalah hubungan antara keyakinan dari dalam, sikap, niat, dan perbedaan-perbedaan pribadi, keadaan, dan perilaku (Davis et al., 1989).

**Gambar 1. Model TAM yang dikembangkan dari Davis (1989)**





### ***Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan)***

*Perceived Usefulness* (PU) mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) pada model *TAM* mencerminkan efektivitas, kinerja, dan produktivitas yang terkait dengan pekerjaan.

### ***Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Penggunaan)***

*Perceived Ease of Use* (PEOU) mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu adalah mudah (tanpa usaha). Konsep tentang *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU) merupakan penilaian subyektif dari individu tentang kegunaan dan kemudahan terhadap sistem tertentu. *Perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan suatu hal yang berbeda namun merupakan hal yang masih terkait. Pada *TAM*, *perceived usefulness* adalah faktor kepercayaan utama, dan *perceived ease of use* adalah faktor kepercayaan sekunder dalam menentukan niat perilaku terhadap penggunaan teknologi informasi (Davis et al., 1989).

### ***Attitude Toward Using (Sikap terhadap penggunaan)***

Sikap manusia terhadap penggunaan sistem teknologi baik secara efektif dalam kehidupan sehari-hari. Variabel *Attitude Toward Using* (Sikap terhadap penggunaan) merupakan faktor eksternal yang dianggap dapat mempengaruhi penggunaan sistem (Davis, 1989).

### ***Behavioral Intention to Use (Niat perilaku untuk menggunakan)***

Niat perilaku mencerminkan sejauh mana seseorang bermaksud menggunakan sistem, produk atau layanan teknologi tertentu. Variabel *Behavioral Intention to Use* (Niat perilaku untuk menggunakan) juga merupakan faktor eksternal yang dianggap dapat mempengaruhi penggunaan sistem (Davis, 1989).

### ***Actual System Use (Penggunaan aktual)***

Penggunaan aktual mengacu pada frekuensi, waktu, (dan mungkin uang) yang dicurahkan pada sistem tertentu. Variabel *Actual System Use* (Penggunaan aktual) juga merupakan faktor eksternal yang dianggap dapat mempengaruhi penggunaan sistem (Davis, 1989).

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa, penggunaan sistem dapat membantu memenuhi kebutuhan UMKM dalam mengelola data secara efektif dan efisien. Banyak ragam *software* yang ditawarkan, tetapi belum tentu sesuai dengan sistem yang diterapkan oleh UMKM. Beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam memilih *software* beberapa faktor-faktor tersebut adalah harga, *performance*, stabilitas, fleksibilitas, implementasi, *customization* dan dukungan vendor (Budyastuti & Khoirusida, 2019; Philip, 2001; Rachmawati & Fardinal, 2017; Tjandrawinata, 2017).

Kemudian penelitian lain yang menggunakan model penelitian *TAM* dengan menambahkan variabel eksternal yang mempengaruhi model *TAM* sebagai model yang dikembangkan oleh Davis (1989). Pembaharuan dari penelitian ini adalah mengembangkan model penelitian *TAM* dengan menggunakan kualitas sistem sebagai variabel eksternal. Hal ini didukung oleh Thomas (2011) yang mengutarakan bahwa kualitas sistem merupakan salah satu variabel eksternal *TAM*. Kemudian variabel eksternal *TAM* lainnya juga diungkapkan oleh Delone & McLean (2003) dan (Lucas & Splitler, 1999) yang menyatakan bahwa variabel dari kesuksesan sistem informasi adalah kualitas informasi. Hal ini mendukung definisi *the perception how well the system performs tasks that match with job goals* (Venkatesh & Davis, 2000).

## **2.1.4. Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu indikator yang sering digunakan untuk melihat suatu

keberhasilan suatu bisnis (Hikmahwati & Badjuri, 2017; Mahliza, 2019). Rasio Profitabilitas merupakan salah satu rasio yang dihitung dalam analisis rasio. Analisis rasio merupakan suatu metode analisis untuk mengetahui hubungan dari pos-pos tertentu dalam neraca atau laporan laba rugi, laba secara individu atau kombinasi dari kedua laporan tersebut (Hery, 2017). Hubungan antara unsur-unsur laporan keuangan tersebut dinyatakan dalam bentuk matematis yang sederhana. Secara individual, angka rasio akan menjadi tidak bermanfaat, kecuali angka rasio tersebut dibandingkan dengan rasio yang memang layak digunakan sebagai dasar pembandingan (Kasmir, 2013). Hal-hal yang dapat diperbandingkan dengan angka-angka rasio adalah sebagai berikut:

- a. Standard rasio atau rasio rata-rata dari seluruh industri sejenis dimana data keuangan perusahaan menjadi anggotanya.
- b. Rasio yang telah ditentukan dalam budget perusahaan yang bersangkutan.
- c. Rasio-rasio sejenis pada periode-periode sebelumnya dari perusahaan tersebut.
- d. Rasio keuangan dari perusahaan lain sejenis yang merupakan pesaing perusahaan yang dinilai cukup baik/berhasil dalam usahanya.

Analisis rasio ini memiliki keunggulan dibanding teknik analisis lainnya, antara lain:

- a. Rasio merupakan angka-angka atau ikhtisar statistik yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan.
- b. Merupakan pengganti yang lebih sederhana dari informasi yang disajikan laporan keuangan yang sangat rinci dan rumit.
- c. Mengetahui posisi perusahaan di tengah industri lain.
- d. Sangat bermanfaat untuk bahan dalam mengisi model-model pengambilan keputusan dari model prediksi (Z-score)
- e. Menstandarisir size perusahaan
- f. Lebih mudah membandingkan antar perusahaan atau melihat perkembangan perusahaan secara periodik atau time series.
- g. Lebih mudah melihat tren perusahaan serta melakukan prediksi di masa yang akan datang.

Sering kali, analisis internal diawali dengan analisis terhadap keuangan saat ini, serta ukuran penjualan dan profitabilitas. Kedua analisis ini menyediakan indikator kesuksesan strategi masa lalu sehingga dapat membantu evaluasi apakah dibutuhkan perubahan strategis. Penjualan dan profitabilitas merupakan analisis yang lebih spesifik dan mudah diukur. Hal ini yang menyebabkan ia banyak digunakan sebagai perangkat evaluasi kinerja.

Rasio profitabilitas atau yang disebut juga dengan rasio rentabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimilikinya, yaitu yang berasal dari kegiatan penjualan, penggunaan aset, maupun penggunaan modal. Selain itu, ia digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Kinerja manajemen yang baik akan ditunjukkan dengan keberhasilannya dalam menghasilkan laba yang maksimal. Rasio profitabilitas diukur dengan membandingkan komponen-komponen yang ada dalam laporan laba rugi dan atau neraca. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat profitabilitas antar periode. Selain itu, ia juga dapat dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan sebelumnya maupun dengan standar rasio rata-rata industri.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Penelitian Kurnia et al., (2015) menunjukkan pengaruh signifikan dari tekanan lingkungan pada adopsi berbagai teknologi EC. Kesiapan organisasi dan nasional memiliki pengaruh yang berbeda di berbagai teknologi EC, sedangkan pengaruh kesiapan industri terbukti tidak signifikan. Studi ini memperluas pemahaman saat ini tentang pengaruh faktor mikro dan tingkat makro dan

memiliki implikasi penting bagi peneliti, praktisi, dan pembuat kebijakan.

Menurut Rahmidani (2015), beberapa faktor yang mendorong perusahaan menggunakan e-commerce untuk membantu mereka lebih cepat berkomunikasi dengan pelanggan, memuaskan pelanggan, membangun merek, sebagai sarana promosi produk, dan kemudahan akses ke pasar global. Sehingga penerapan teknologi e-commerce merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu produk dari suatu perusahaan. Manfaat penggunaan e-commerce bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan omzet penjualan, menambah jumlah pelanggan, perluasan ruang lingkup bisnis, promosi, membuka peluang bisnis baru, memudahkan hubungan dengan relasi dan kepuasan pelanggan.

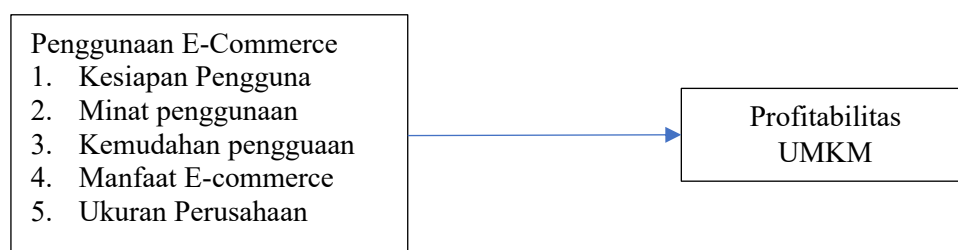
Hasil penelitian Utami (2020) menunjukkan variabel kesiapan organisasi dan manfaat e-commerce berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-commerce sedangkan variabel tekanan eksternal dan kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap penggunaan e-commerce karena kurangnya motivasi dalam meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dan model kedua menunjukkan hasil bahwa variabel independen yang digunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa semakin tinggi faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan e-commerce maka semakin mampu dalam meningkatkan profitabilitas pada UMKM baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kemudian hasil penelitian Rujito et al., (2016) menunjukkan hasil bahwa Variabel pengendalian internal, kompetensi sumber daya manusia dan implementasi e-commerce berpengaruh terhadap sistem informasi akuntansi.

Hasil penelitian Awa et al., (2015) menunjukkan bahwa UKM di Nigeria belum memanfaatkan potensi penuh dari solusi e-commerce. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya transparansi dalam program dukungan pemerintah, faktor lokasi, keuangan yang lemah, ukuran perusahaan, kerahasiaan informasi, infrastruktur yang tidak memadai serta kurangnya keterbukaan dan integrasi bisnis.

### 2.3. Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis Penelitian

Gambar 2. Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka pemikiran sebagaimana tercantum pada gambar 4, maka penelitian ini akan melihat pengaruh penggunaan E-commerce oleh pemilik usaha termasuk UMKM antara lain berdasarkan pada kesiapan pengguna, minat penggunaan, kemudahan penggunaan, manfaat e-commerce, dan ukuran perusahaan terhadap profitabilitas. Menurut penelitian Utami (2020), Rujito et al., (2016) dan Awa et al., (2015), bahwa potensi penuh dari solusi e-commerce akan berdampak pada profitabilitas

#### 3.1. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu dugaan sementara yang belum terbukti dan digunakan untuk menerangkan suatu fakta (Sugiyono, 2015). Pengembangan hipotesis dari penelitian ini adalah berdasarkan beberapa alternatif yang melatar-belakangi penggunaan E-commerce oleh pemilik usaha termasuk UMKM antara lain berdasarkan pada Kesiapan Pengguna, Minat penggunaan, Kemudahan penggunaan, Manfaat E-commerce, dan Ukuran Perusahaan yang berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap profitabilitas. Berdasarkan penelitian Utami (2020), Rujito et

al., (2016) dan Awa et al., (2015) bahwa potensi penuh dari solusi e-commerce akan berdampak pada profitabilitas secara langsung dan tidak langsung. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho: Penggunaan e-commerce mempengaruhi secara langsung terhadap profitabilitas UMKM.

Ha: Penggunaan e-commerce mempengaruhi secara tidak langsung terhadap profitabilitas UMKM.

### 3. Metode Penelitian

#### 3.1. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain karena karakteristiknya. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM di wilayah Jabodetabek. Sedangkan sampel penelitian diambil dengan metode *random purposive sampling* dengan kriteria tertentu, yaitu

Menurut Sugiyono (2015) populasi adalah keseluruhan wilayah yang dijadikan sasaran penelitian, yang ditetapkan oleh peneliti, terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari, diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang terdaftar pada Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Provinsi DKI Jakarta (2017) sebanyak 31.116 UMKM Binaan.

**Tabel 2. Sampel Penelitian**

No.	Kabupaten/Kota	UMKM Terdaftar	Pengambilan Sampel Disproporsional
1	Kab. Kepulauan Seribu	308	8
2	Kota Jakarta Barat	4.157	114
3	Kota Jakarta Pusat	6.014	164
4	Kota Jakarta Selatan	9.016	246
5	Kota Jakarta Timur	7.189	196
6	Kota Jakarta Utara	4.432	121
	<b>TOTAL</b>	<b>31.116</b>	<b>850</b>

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Provinsi DKI Jakarta (2017) yang diolah

Jumlah sampel penelitian adalah 850 UMKM. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan pengambilan sampel acak berdasar area (*Cluster Random Sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan berdasar kelompok/area tertentu. Tujuan metode *Cluster Random Sampling* antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda di dalam suatu Kawasan/area (Sekaran & Bougie, 2016). Kemudian sampel penelitian merupakan UMKM yang telah menggunakan e-commerce dan membuat laporan keuangan. Kemudian untuk objek penelitiannya adalah informasi akuntansi penjualan yang berasal dari penggunaan aplikasi ecommerce dan profitabilitas perusahaan yang diperoleh dari laporan keuangan.

#### 4.1. Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan enam variabel penting yang akan dijadikan data untuk digunakan pada proses pengaplikasian model. Keempat variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Variabel terikat (dependent variable) Variabel terikat adalah suatu variabel yang variasi nilainya dipengaruhi oleh variasi nilai lain. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan e-commerce (PE), penggunaan e-commerce (PE) membuat UMKM mampu bersaing dan mendapatkan keunggulan kompetitif.

2. Variabel bebas (independent variable) Variabel bebas adalah variabel yang variasi nilainya tidak dipengaruhi oleh variasi nilai variabel lain, namun akan mempengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:
  - a. Kesiapan Pengguna ( $X_1$ ) variable ini menggunakan indikator-indikator yang melihat tingkat kesiapan pengguna untuk menggunakan ecommerce.
  - b. Minat penggunaan ( $X_2$ ) variable ini menggunakan indikator-indikator yang mempengaruhi tingkat minat pengguna untuk menggunakan ecommerce
  - c. Kemudahan penggunaan ( $X_3$ ) variable ini menggunakan indikator-indikator yang melihat tingkat kemudahan penggunaan ecommerce
  - d. Manfaat E-commerce ( $X_4$ ) variable ini menggunakan indikator-indikator yang melihat manfaat penggunaan ecommerce
  - e. Ukuran Perusahaan ( $X_5$ ) variable ini menggunakan indikator-indikator dengan melihat tingkatan ukuran perusahaan yang menggunakan ecommerce

#### 4.2. Teknik Analisa Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program partial least square (Smart-PLS). Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *component* atau *variance based structural equation modeling* dimana dalam pengolahan datanya menggunakan program partial least square (Smart-PLS) versi 3.0 PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis yang sering disebut juga sebagai *soft modeling* karena meniadakan asumsi-asumsi OLS (*Ordinal Least Square*) regresi, seperti data harus terdistribusi normal secara multivariate dan tidak adanya problem multikolonieritas antar variabel eksogen. Pada dasarnya *Partial Least Square* yang dikembangkan oleh Wold et al. (1983) untuk menguji teori yang lemah dan data yang lemah seperti jumlah sampel yang kecil atau adanya masalah normalitas data (Ghozali, 2014).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1. Hasil

#### 4.1. Pembahasan

### 5. Simpulan

#### Daftar Pustaka

- Alkatiri, A. (2018). *Mendorong Kontribusi Ekonomi Digital*. Investor.Id.  
<https://investor.id/opinion/mendorong-kontribusi-ekonomi-digital>
- Amrul, R., & Wijayanto, S. A. (2019). Analisis Kesiapterapan Penggunaan Software Akuntansi (Studi Pada Lembaga Swadaya Masyarakat). *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(1), 29–41. <https://doi.org/10.32529/jim.v3i1.285>
- Arseno, T. (2014). *Evaluasi Pengendalian Intern Sistem Informasi Penjualan Kredit Pada PT Sanken Elektronik Indonesia Semarang*. 26.
- Aufar, A. (2013). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM (Survei pada Perusahaan Rekanan PT. PLN (Persero) di Kota Bandung)*.
- Awa, H. O., Awara, N. F., & Lebari, E. D. (2015). Critical factors inhibiting Electronic Commerce

- (EC) adoption in Nigeria A study of operators of SMEs. Awa, H. O., Awara, N. F., & Lebari, E. D. (2013). *Critical Factors Inhibiting Electronic Commerce (EC) Adoption in Nigeria A Study of Operators of SMEs*. <https://doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>, 6(2), 143–164. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2014-0033>
- Beritasatu.com. (2018). *Mayoritas UMKM Belum Dapatkan Manfaat dari Teknologi Digital*. Beritasatu.Com. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/500255/mayoritas-umkm-belum-dapatkan-manfaat-dari-teknologi-digital>
- Budyastuti, T., & Khoirusida, L. U. (2019). Factors That Influence the Quality of Accounting Information in PT XYZ. *Scholars Bulletin*, 05(09), 487–495. <https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.001>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340. <http://www.jstor.org/stable/249008?origin=JSTOR-pdf>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <http://www.jstor.org/stable/2632151?origin=JSTOR-pdf>
- Delone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Detik.com. (2015). *Usaha Kecil yang Manfaatkan ICT Baru 4%*. Detikinet. <https://inet.detik.com/business/d-2960286/usaha-kecil-yang-manfaatkan-ict-baru-4>
- Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah serta Perdagangan Provinsi DKI Jakarta. (2017). *LAPORAN KINERJA PEMBANGUNAN KOPERASI DAN UMKM DI PROVINSI DKI JAKARTA*.
- Ghozali, I. (2014). *SEM Metode Alternatif dengan menggunakan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, S., Sarpingah, S., & Putra, Y. M. (2020). The Effect of Level of Education , Accounting Knowledge , and Utilization Of Information Technology Toward Quality The Quality of MSME ' s Financial Reports. *The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences (ACEBISS) 2019, 1*. <https://doi.org/10.4108/eai.3-2-2020.163573>
- Herliansyah, Y., Nugroho, L., Ardilla, D., & Putra, Y. M. (2020). The Determinants of Micro , Small and Medium Entrepreneur ( MSME ) Become Customer of Islamic Banks ( Religion , Religiosity and Location of Islamic Banks ). *The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences (ACEBISS) 2019, 1*. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290775>
- Hery. (2017). *Teori Akuntansi Pendekatan Konsep Dan Analisis*. PT. Grasindo.
- Hikmahwati, I. H., & Badjuri, A. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2015). *Students' Journal of Accounting and Banking*, 6(2). <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe8/article/view/5165>
- iPrice Group. (2020). *The Maps of E-Commerce in Indonesia*. Iprice Insight. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

- iPrice Group. (2021). The Maps of E-Commerce in Indonesia. In *Iprice Insight*.  
<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Rajawali Pers.
- Kemenkop-UKM RI. (2018). PERKEMBANGAN DATA USAHA MIKRO, KECIL, MENENGAH (UMKM) DAN USAHA BESAR (UB) TAHUN 2016 - 2017. In *Kementerian Koperasi dan UKM RI*. [http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/?eID=tx\\_rtgfiles\\_download&tx\\_rtgfiles\\_pi1%5Buid%5D=9](http://www.depkop.go.id/berita-informasi/data-informasi/data-umkm/?eID=tx_rtgfiles_download&tx_rtgfiles_pi1%5Buid%5D=9)
- Krismiaji. (2015). *Sistem Informasi Akuntansi (Ke-4)*. UPP STIM YKPN.
- Kurnia, S., Choudrie, J., Mahbubur, R. M., & Alzougool, B. (2015). E-commerce technology adoption: A Malaysian grocery SME retail sector study. *Journal of Business Research*, 68(9), 1906–1918. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.12.010>
- Kurniawan, R., & Diptyana, P. (2011). Telaah Pemanfaatan Software Akuntansi oleh Usaha Kecil Dan Menengah. *The Indonesian Accounting Review*, 1(2), 107–116.
- Laudon, K., & Laudon, J. P. (2013). *Management information systems, global edition*. Pearson Education UK.
- Lucas, H. C. ., & Splitler, V. K. (1999). The Effect of Cognitive Style and Model. *European Journal of Operational Research*, 13(1), 649–663.
- Mahliza, F. (2019). The Influence of E-Commerce Adoption Using Social Media Towards Business Performance of Micro Enterprises. *International Journal of Business, Economics and Law*, 18(5), 290–299. [https://www.ijbel.com/wp-content/uploads/2019/07/ijbel5-VOL18\\_306.pdf](https://www.ijbel.com/wp-content/uploads/2019/07/ijbel5-VOL18_306.pdf)
- Mulyadi. (2016). *Sistem Informasi AKuntansi*. Salemba Empat.
- Mutmainah, D. A. (2016). *Kontribusi UMKM Terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92-174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari-60-persen>
- Nugroho, L., Mastur, A. A., & Putra, Y. M. (2020). Hajj , Civilization and Islamic Banking Contribution Discourses. *The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences (ACEBISS) 2019*, 1. <https://doi.org/10.4108/eai.26-3-2019.2290773>
- Philip, B. (2001). *Expert Talk Accounting Software*.  
<http://www.etsguide.com/accounting.software.survey.asp>
- Purwati, A. S., & Suparlinah, I. (2017). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANFAAT PENGGUNAAN APLIKASI AKUNTANSI DEA UNTUK MENYUSUN LAPORAN KEUANGAN. *SUSTAINABLE COMPETITIVE ADVANTAGE-7 (SCA-7)*, 10(September), 22–37.
- Pusat Penelitian. (2020). Rencana Induk Penelitian Universitas Mercu Buana Tahun 2021-2025. In *Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana*. Pusat Penelitian Universitas Mercu Buana.  
<http://puslit.mercubuana.ac.id>
- Putra, Y. M. (2018). Pemetaan Penerapan Standar Akuntansi Keuangan EMKM Pada UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 11(2), 201–217. <http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/profita>
- Putra, Y. M. (2019). Analysis of Factors Affecting the Interests of SMEs Using Accounting

- Applications. *Journal of Economics and Business*, 2(3), 818–826.  
<https://doi.org/10.31014/aior.1992.02.03.129>
- Putra, Y. M., & Ghani, A. (2020). Pendamping Penerapan Tata Kelola Usaha dan pembukuan Berbasis SAK-EMKM Pada Sektor Usaha Kecil di Kelurahan Meruya Selatan. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 01(01), 119–127. <https://doi.org/10.46306/jabb.v1i1.47>
- Rachmawati, S. D., & Fardinal. (2017). Pengaruh Aktivitas Pengendalian, Informasi dan Komunikasi Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi dan Dampaknya Terhadap Kualitas Laporan Keuangan (Studi Kasus Pada Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia). *Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 10(3), 426–437. <https://doi.org/10.22441/journal%20profita.v10i3.2841>
- Rahmawati, T., & Puspasari, O. R. (2017). Implementasi sak etap dan kualitas laporan keuangan umkm terkait akses modal perbankan. *Kajian Akuntansi*, 1(1), 49–62. <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jka>
- Rahmidani, R. (2015). Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal SNEMA-Padang-Indonesia*, 345–352. [http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26. Rose Rahmidani \(hal 344-352\)\\_0.pdf](http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26.Rose%20Rahmidani%20(hal%20344-352)_0.pdf)
- Resnawiyanti, L. (2016). *PENGARUH PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DAN KOMPETENSI SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP KUALITAS LAPORAN KEUANGAN PT. POS INDONESIA (PERSERO)* [Universitas Widyatama]. <https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/8826>
- Romney, M. B., Steinbart, P. J., & Cushing, B. E. (2015). *Accounting Information Systems* (13th ed., Vol. 13th). Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
- Rujito, Cholifah, A., & Iskandar, D. (2016). Analisis Internal Control , Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Penerapan E-Commerce. *Profita : Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 3(1), 439–453. <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/profita/article/view/2891/>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sukmono, C. U., & Hendratno. (2018). Analisis Perbandingan Profitabilitas Sebelum dan Sesudah Menggunakan Teknologi Informasi. *Sosiohumanitas*, 20(1), 84–95. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i1.50>
- Susanto, A. (2010). *Information Technology for Business and Accounting*. In *Prime Edition*. Bandung: Lingga Jaya.
- Susanto, A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi*. In *Bandung: Lingga Jaya*.
- Thomas, M. (2011). *Deconstructing digital natives: Young people, technology, and the new literacies*. Taylor & Francis.
- Tjandrawinata, R. R. (2017). Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi. *Seminar Dan Konferensi Nasional IDEC*, 2(6), 512–518. <https://doi.org/10.5281/zenodo.49404>



- Triandy, Y., & Amir, H. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Laporan Keuangan Di Internet Oleh Pemerintah Daerah. *Accounting Analysis Journal*, 3(4), 485–492. <https://doi.org/10.15294/aaj.v3i4.4210>
- Utami, D. A. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN PENGARUHNYA TERHADAP PROFITABILITAS PADA UMKM DI KOTA MALANG (STUDI KASUS PADA SEKTOR FOOD & BEVERAGES). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6937>
- Utami, F. L., Putra, Y. M., Sutra Tanjung, P. R., & Nugroho, L. (2020). Analysis of audit opinion of financial statements from state institutions: Indonesia empirical study, period 2012-2017. *International Journal of Financial Research*, 11(5). <https://doi.org/10.5430/IJFR.V11N5P150>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Widjajanto, N. (2001). *Sistem Informasi Akuntansi*. PT. Erlangga.
- Wold, S., Martens, H., & Wold, H. (1983). The multivariate calibration problem in chemistry solved by the PLS method. In *Matrix pencils* (pp. 286–293). Springer.