

Peran Sistem Informasi Akutansi (SIA) dalam Informasi Digital E-Commerce

Sinta Dewi Octavia Sakti ¹, Dwihanus ²
^{1,2} Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstract. *The current era of globalization demands that manual data processing is no longer relevant and accurate for companies. This is because errors that occur due to manual processing can no longer be neutralized. Where the information generated by these errors, becomes inaccurate anymore to be used as a basis for decision making. That is why currently the existence of SIA is becoming increasingly important for a company. Initially the existence of this information system was to collect, process, store, calculate, analyze, and disseminate information for specific purposes. However, currently SIA has a very important impact on the company, namely providing added value to its users because it will ultimately have an impact on improving the company's overall performance.*

Keywords: *Era of globalization, E-Commerce, Entrepreneurs.*

Abstrak. Era globalisasi saat ini menuntut pemrosesan data secara manual sudah tidak relevan dan akurat lagi bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan kesalahan-kesalahan yang terjadi akibat pemrosesan manual tidak dapat lagi dinetralisir. Dimana informasi yang dihasilkan oleh kesalahan tersebut, menjadi tidak akurat lagi untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. Itulah sebabnya saat ini keberadaan SIA menjadi semakin penting bagi sebuah perusahaan. Awalnya keberadaan sistem informasi ini adalah mengumpulkan, memproses, menyimpan, menghitung, menganalisis, serta menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu. Namun saat ini SIA memiliki dampak yang sangat penting bagi perusahaan yakni memberikan nilai tambah bagi penggunaanya karena pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Kata kunci: Era globalisasi, E-Commerce, Wirausahawan.

LATAR BELAKANG

Persaingan dunia usaha semakin ketat dan sulit, sehingga ketika seorang wirausahawan (*entrepreneur*) tidak mampu bersaing menghadapi perkembangan yang ada, maka akan sulit untuk melihat peluang untuk bertahan ataupun memperluas usahanya. Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan teknologi informasi dalam dunia usaha saat ini sangat berperan penting bagi para wirausahawan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Hal ini karena teknologi informasi memberikan kemudahan bertransaksi secara cepat, tepat, dan akurat.

Keberadaan teknologi informasi saat ini menyebabkan meningkatnya para wirausahawan dalam memanfaatkan dan menggunakan teknologi informasi (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017). Tehnologi informasi memberikan berbagai solusi untuk permasalahan yang umumnya dihadapi oleh wirausahawan dalam mengembangkan usahanya. Sebagai contoh, salah satu teknologi yang saat ini berkembang pesat adalah *Electronic Commerce (E-Commerce)*. Berbagai transaksi, mulai dari penjualan, pembelian, distribusi, hingga pemasaran barang dan jasa dapat dilakukan dengan memanfaatkan E-Commerce. Hal tersebut didukung adanya data yang menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 196,7 juta¹. Maka tentu pasar E-Commerce merupakan tambang emas yang menjanjikan untuk potensi usaha ke depan, bagi para calon wirausahawan (Rahayu & Siti, 2018).

E-Commerce sendiri oleh beberapa ahli diartikan sebagai transaksi jual dan beli secara finansial yang menggunakan koneksi internet atau teknologi digital (Chaffey, 2009). Awal perkembangannya melalui situs web dan email yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen sehingga dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan dan konsumen untuk melakukan transaksi jual dan beli secara online. Namun saat ini berkat perkembangan tehnologi yang sangat pesat, maka tidak sebatas menggunakan web dan email, melainkan sudah memanfaatkan berbagai bentuk market place dan media komunikasi.

Berkat berbagai kemudahan itulah maka *E-Commerce* kini menjadi pilihan bagi masyarakat karena kenyamanan dan kepraktisannya. Saat ini konsumen tidak perlu pergi ke pusat pertokoan, barang sudah bisa dibeli dan langsung diantar ke rumah. Situs *E-Commerce* menawarkan produk bermacam-macam, mulai dari perangkat elektronik,

gadget, buku, produk fashion, dan lain sebagainya. Semakin mudahnya mendapatkan akses internet membuat dunia semakin tidak bertembok dan semakin tidak ada batasnya termasuk dalam hal perdagangan atau bisnis online. Di sisi penjual, E-Commerce memberikan peluang bagi setiap orang untuk berbisnis karena mampu menciptakan bisnis pada media sosial atau dunia maya yang menghubungkan orang-orang secara luas tanpa terbatas oleh letak geografis. Pembeli dapat melakukan pemesanan dan pembelian produk secara online, selama 24 jam tanpa terbatas oleh jarak maupun jam kerja.

Sejalan dengan peranan *E-Commerce*, maka Romney & Steinbart (2018) menyatakan bahwa informasi merupakan data yang telah diorganisir dan diproses untuk memberikan makna dan meningkatkan proses pengambilan keputusan. Didukung pula oleh Al-baab et al., (2006) yang mengatakan bahwa sistem informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu sistem perusahaan. Sistem informasi akan menghasilkan informasi yang dibutuhkan pihak manajemen dengan akurat, cepat, dan tepat waktu. Salah satu sistem informasi yang berperan penting bagi wirausahawan adalah sistem informasi akuntansi (SIA). SIA berperan dalam mengolah data akuntansi dan keuangan, yaitu menyimpan, mencatat, mengumpulkan data yang diolah menjadi informasi sehingga dapat dijadikan untuk pengambilan keputusan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbentuk asosiatif, dimana ada variabel-variabel yang akan diuji hubungannya serta menyajikannya secara terstruktur dan faktual. Variabel yang diuji dalam penelitian ini adalah pemahaman E-Commerce dan pemahaman SIA sebagai variabel dependen dan variabel minat berwirausaha sebagai variabel independen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data primer. Data primer yang dimaksud adalah jawaban dari responden atas pernyataan kuesioner yang disebarkan lalu diukur dengan menggunakan skor skala likert (1 sampai 4). Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang terdapat dalam setiap variabel.

Target responden adalah mahasiswa jurusan akuntansi dari beberapa Perguruan Tinggi Negeri yang berada di wilayah Surabaya. Obyek penelitian dibatasi pada mahasiswa angkatan 2020-2021 dengan pertimbangan bahwa mahasiswa yang bersangkutan mengambil mata kuliah SIA. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner dengan menggunakan google forms, yakni dilaksanakan selama bulan April tahun 2020. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh jawaban kuesioner sebanyak 50 responden yang berasal dari 2 perguruan tinggi yang berada di daerah Surabaya, yaitu Universitas Airlangga dan Universitas Negeri Surabaya.

Variabel bebas yang pertama (X1) adalah pemahaman E-Commerce yaitu transaksi jual dan beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli dengan menggunakan koneksi jaringan (internet). Pemahaman E-Commerce dapat diukur dengan indikator yang telah dimodifikasi sebagai berikut: (1) pemasaran, (2) penjualan, (3) pelayanan, (4) pembayaran, dan (5) manajerial (Yadewanil & Wijaya, 2017). Variabel bebas yang kedua (X2) adalah peran SIA yaitu proses pengumpulan data yang dikelola menjadi informasi untuk dijadikan pengambilan keputusan bagi suatu organisasi baik dalam waktu jangka pendek maupun jangka panjang. Peran SIA dalam penelitian ini diukur dengan indikator yang telah di modifikasi sebagai berikut : (1) mudah digunakan, (2) dapat diandalkan, (3) akurat, dan (4) ketepatan waktu (Pramiswari & Dharmadiaksa, 2017). Variabel terikat (Y) yang disebut juga variabel output merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat berwirausaha. Berwirausaha atau wirausahawan mengacu pada orang yang memiliki inovasi dan kreatifitas serta berani mengambil risiko dalam menghasilkan/ menjual suatu produk atau jasa. Minat berwirausaha dalam penelitian ini diukur dengan indikator sebagai berikut: (1) harga diri, (2) senang dengan tantangan, (3) inovasi, (4) kepemimpinan, (5) fleksibilitas, (6) keuntungan, (7) keinginan menjadi pimpinan, dan (8) minat mendirikan usaha (Santoso, 2016).

Setiap butir pertanyaan kuesioner telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas adalah alat analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan. Sedangkan uji reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas dari data berupa skor hasil persepsi suatu variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen. Selanjutnya dilakukan uji normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov

dua arah (2 tailed). Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak.

Tahap analisis data dilakukan untuk menguji tingkat signifikan atau keeratan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, yakni menggunakan berbagai uji statistik. Uji parsial (uji T) dilakukan untuk menguji dan mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji T pada penelitian ini digunakan untuk menguji apakah pemahaman E-Commerce dan pemahaman SIA berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara signifikan.

Tahap berikutnya pada analisis data adalah menentukan besarnya nilai koefisien determinasi yakni, menunjukkan seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Jika nilai R² mendekati satu, maka variabel-variabel bebas dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya jika nilai R² sama dengan 0 maka variabel-variabel bebas tidak dapat memberikan pengaruh terhadap variabel terikat.

Dengan menerapkan sebuah sistem informasi dalam sebuah organisasi dapat membantu dalam berbagai aspek seperti meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnis mereka, pengambilan keputusan manajerial, kerja sama kelompok kerja hingga dapat memperkuat posisi kompetitif dalam pasar yang selalu berubah. Namun itu semua hanya dapat berlaku jika teknologi informasi tersebut telah di terapkan dalam organisasi.

Berikut merupakan 5 hal dasar yang perlu di ketahui seputar sistem informasi atau biasa disebut 5 area pengetahuan sistem informasi

1. Konsep – konsep dasar

Konsep dasar ini meliputi keprilakuan, teknis, bisnis dan manajerial yang termasuk kedalam berbagai komponen dan peran sistem informasi. Contohnya seperti sebuah konsep sistem informasi yang berawal dari sebuah teori umum yang digunakan untuk mengembangkan sebuah aplikasi bisnis dengan tujuan keunggulan kompetitif.

2. Teknologi informasi

Konsep – konsep utama, pengembangan dan berbagai isu manajemen teknologi informasi yaitu meliputi hardware, software, jaringan, manajemen data, dan teknologi berbasis internet.

3. Aplikasi bisnis

Penggunaan utama dari sebuah sistem informasi yang berguna untuk operasional. Manajemen dan juga kompetitif bisnis.

4. Proses pengembangan

Sebuah proses dimana para pakar dan praktisi bisnis melakukan perencanaan, pengembangan dan pengimplementasian sistem informasi untuk memenuhi kebutuhan bisnis.

5. Tantangan manajemen

Tantangan yang dibuat secara efektif dan etis dalam mengelola teknologi informasi yang tersedia sehingga dapat digunakan pada pemakai akhir, perusahaan dan global dalam bisnis.

Peran utama Sistem Informasi dalam bisnis diantaranya

1. Mendukung Operasi Bisnis

Sistem informasi yang ada dapat menyediakan dukungan bagi manajemen dalam operasi atau kegiatan bisnis mulai dari akuntansi hingga penelusuran pesanan pelanggan.

2. Mendukung Pengambilan Keputusan Bisnis

Sistem informasi dapat memberikan laporan secara akurat yang dapat dikombinasikan untuk membantu menjalankan bisnis dengan lebih baik.

3. Mendukung keunggulan bisnis

Sistem informasi dirancang untuk dapat membantu pencapaian sasaran strategis perusahaan dalam menciptakan keunggulan bersaing di pasar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Informasi memberikan kemudahan pada kegiatan pada kegiatan bisnis dan lingkungan yang semakin penuh dengan ketidakpastian. Peran Teknologi Informasi sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan bisnis pada berbagai fungsi dan level manajerial, menjadi suatu hal yang sangat penting bagi pengelola bisnis khususnya pada peningkatan kinerja keuangan suatu perusahaan. Kontribusi Teknologi informasi dalam menciptakan nilai tambah bagi perusahaan merupakan salah satu isu kontroversial dalam bidang Economics of Information Technology, bahkan secara ekstrem dinyatakan bahwa Teknologi Informasi telah menjadi “keharusan strategi” atau komoditas belaka, dan bukan sumber keunggulan bersaing. Dalam kaitannya dalam kinerja keuangan perusahaan, Teknologi Informasi memberikan kemudahan – kemudahan dalam mengolah, mengelola dan menyajikan informasi keuangan, dengan dukungan suatu system informasi.

Dalam artikel ini, dibahas tentang Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang merupakan suatu system informasi tertua atau dapat dikatakan pula suatu aplikasi system computer utama yang pertama untuk mengolah data akuntansi. Dari data – data akuntansi yang terkumpul, akan diolah dan disajikan dalam suatu bentuk informasi keuangan yang digunakan untuk suatu pengambilan keputusan oleh pihak manajemen. Dari uraian tersebut, dapat diambil suatu definisi, bahwa teknologi informasi merupakan bagian dari suatu system informasi dan merupakan suatu bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik (Lucas, 2000).

Informasi merupakan salah satu jenis utama sumber daya perusahaan yang tersedia bagi manajer. Informasi dapat dikelola seperti halnya sumber daya yang lain dan merupakan sumber daya konseptual yang digunakan untuk mengelola sumber daya fisik. Sistem konseptual terdiri dari suatu pengolah informasi yang mengubah data menjadi informasi dan menggambarkan sumber daya fisik. Sedangkan perusahaan adalah suatu system yang bersifat fisik , namun dikelola dengan menggunakan suatu system konseptual. Output informasi dari computer, digunakan oleh para manajer, non manajer serta staff atau orang – orang dan organisasi dalam lingkungan perusahaan.

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam berbisnis dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan tersebut. Sukses atau tidaknya perusahaan ini akan sangat ditentukan oleh keputusan atau strategi yang diambil oleh perusahaan. Dewan memegang peranan yang sangat signifikan bahkan peran yang utama dalam penentuan strategi perusahaan tersebut. Dalam literature keuangan,, teori keagenan (Agency Theory) memegang peranan penting dalam menjelaskan hubungan antar principal dan agen dalam menjalankan fungsi fungsi dan wewenang masing-masing.

Konflik keagenan sering muncul dikarenakan adanya asimetri informasi yang dikarenakan perbedaan kepentingan antara principal dan agen, yang akan membawa masalah – masalah diantara berbagai pihak yang terlibat (Jensen dan Meckling, 1976). Dengan adanya pemisahan peran antara pemegang saham sebagai prinsipal dengan manajer sebagai agennya, maka manajer pada akhirnya akan memiliki hak pengendalian yang signifikan dalam hal bagaimana mereka mengalokasikan dana investor (Jensen & Meckling, 1976 Shleifer & Vishny, 1997). Dari adanya laporan dan pelaporan keuangan yang merupakan salah satu wujud pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan sumber daya perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan selama periode tertentu.

Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi keuangan perusahaan yang dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat beberapa keputusan, seperti: penilaian kinerja manajemen, penentuan kompensasi manajemen, pemberian dividen kepada pemegang saham, dan lain sebagainya. Terdapat dua tujuan pelaporan keuangan menurut Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC) No. 1. Pertama, memberikan informasi yang bermanfaat bagi investor, investor potensial, kreditor dan pemakai lainnya untuk membuat keputusan investasi, kredit, dan keputusan serupa lainnya. Kedua, memberikan informasi tentang prospek arus kas untuk membantu investor dan kreditor dalam menilai prospek arus kas bersih perusahaan (FASB, 1978).

Menurut standar akuntansi keuangan di Indonesia (IAI, 2002) tujuan laporan keuangan yaitu untuk menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Dalam artikel ini, disinggung bahwa Sistem informasi akuntansi (SIA) merupakan salah satu alat atau sarana yang digunakan sebagai pendukung dan pengolah informasi, khususnya informasi akuntansi dan keuangan yang digunakan oleh pihak manajemen dalam pengambilan suatu keputusan dan peningkatan kinerja keuangan suatu perusahaan. Menurut Wilkinson et al. (2001). Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah kesatuan struktur pada suatu entitas bisnis yang menggunakan sumber daya fisik dan komponen lainnya untuk mengubah data ekonomi menjadi informasi akuntansi dengan tujuan memuaskan kebutuhan informasi bagi berbagai pengguna.

Dalam beberapa penelitian, diketahui bahwa framework baru untuk mengukur kinerja tidak lagi menekankan kinerja dalam arti produktivitas, namun kinerja perusahaan yang sebenarnya meliputi penjualan, asset, dan market value, sehingga dapat diperoleh suatu hasil hubungan yang signifikan antara TI dan kinerja perusahaan. Bila ditinjau dari berbagai literature professional, secara akademis untuk mengidentifikasi dimensi nilai bisnis Teknologi Informasi, terbagi dalam tujuh nilai bisnis atau dimensi nilai bisnis

Teknologi Informasi seperti yang terlihat dibawah ini :

1. *Supplier Relations*

Supplier Relations yang harmonis dapat berakibat efisiensi dalam proses produksi. Teknologi Informasi dapat digunakan untuk mengkoordinir hubungan penyalur atau untuk mengurangi biaya – biaya penagihan informasi melalui EDI (Electronic Data Interchange), Pengendalian Mutu (TQM / Total Quality Management) dan Teknik pengiriman JIT (Just In Time) yang dapat mendorong terciptanya suatu keunggulan bersaing.

2. *Productions and Operations*

Teknologi Informasi dapat digunakan untuk memperbaiki teknik produksi melalui alat bantu computer untuk design dan pabrikan

3. *Product and Service Enhancement*

Teknologi Informasi dapat membantu dalam pengembangan produk dan jasa baru disamping memperlancar proses R&D. Dari perspektif marketing, produk dan jasa dapat dibedakan secara unik dalam berbagai macam cara, sehingga dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan melayani segmen pasar baru.

4. *Sales and Marketing Support*

Dukungan Teknologi Informasi untuk pemasaran dan penentuan harga, dapat membantu meningkatkan pendapatan dari penjualan, seperti yang ditunjukkan oleh perusahaan penerbangan dalam system reservasi komputerisasi. Selain itu TI dapat digunakan untuk melacak kecenderungan pasar dan respon pasar terhadap program-program pemasaran. Kemunculan ecommerce berbasis internet, menunjukkan permulaan era baru bagi prakarsa pemasaran yang dimungkinkan oleh TI, dengan bermunculannya program-program pemasaran yang dirancang untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan tertentu dan bukannya diberikan dalam bentuk pemasaran massal.

5. *Customer Relations*

Teknologi Informasi dapat digunakan untuk mempertahankan dan menjadikan hubungan dengan pelanggan yang lebih harmonis. Harmonisnya hubungan pelanggan dapat meningkatkan penguasaan pasar yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk mempertahankan keunggulan bersaingnya. Sebagai contoh pada perusahaan Penerbangan Amerika (SABRE), American Hospital Supply (ASAP) and Federal Express (COSMOS).

6. *Process Planning and Support*

Teknologi Informasi dapat digunakan untuk menyediakan kelengkapan informasi dalam perencanaan dan pengambilan keputusan dengan meningkatkan koordinasi dan komunikasi organisasi dan dengan meningkatkan stabilitas organisasi. TI dapat mengurangi biaya – biaya koordinasi dengan pihak – pihak ekstern.

7. Hubungan antara proses dan dinamika bersaing

Teknologi Informasi dapat digunakan untuk mengubah keunggulan bersaing dari suatu industri, meningkatkan barrier to entry terhadap pesaing prospektif. Dinamika bersaing dapat dipengaruhi oleh strategi pemasaran sukses, sedangkan daya saing dapat

ditingkatkan dengan memperbaiki pilihan produk dan biaya. Dari tujuh dimensi tersebut, menunjukkan bahwa teknologi informasi memberikan kontribusi nilai yang positif terhadap proses bisnis dan dinamika bersaing. Sehingga perusahaan pada umumnya diharapkan untuk mengoptimalkan penggunaan sumber dayanya baik berupa software, hardware dan sumber daya manusia yang professional dibidang Teknologi Informasi yang mendukung serta diimbangi dengan peningkatan ketrampilan para operator atau user dari teknologi informasi tersebut sehingga manfaat yang potensial dari Teknik Informasi dapat meningkatkan nilai bisnis (kinerja) perusahaan.

Istilah Sistem Informasi Akuntansi meliputi pemanfaatan teknologi informasi untuk menyediakan informasi bagi para pemakai. Teknologi Informasi mencakup computer, tetapi juga mencakup teknologi lain yang digunakan untuk memproses informasi. Sedangkan fungsi system informasi bertanggungjawab untuk pengolahan data. Pengolahan data merupakan aplikasi system informasi akuntansi yang paling mendasar dalam tiap organisasi atau perusahaan dan telah mengalami evolusi dari struktur organisasi sederhana yang meliputi beberapa orang saja sampai struktur yang kompleks meliputi banyak specialist yang bermutu.

Hasil kuesioner melalui penyebaran google form diperoleh responden yang berasal dari Universitas Airlangga Sebanyak 35 mahasiswa (70%) dan 15 mahasiswa berasal dari Universitas Negeri Surabaya (30%)

Berdasarkan tabulasi data maka diketahui responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 mahasiswa atau 40% Responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 30 mahasiswa atau 60% dari keseluruhan responden yang diteliti. Jadi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa berjenis kelamin perempuan.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

N	Min	Max	Mean	Std. Dev	
Pemahaman <i>E-commerce</i>	149	41,00	64,00	52,44	5,185
SIA	149	30,00	52,00	41,31	4,480
Minat Berwirausah a	149	33,00	104,00	86,95	10,833
Valid N (listwise)			149		

Berdasarkan pengolahan statistik deskriptif, maka variabel pemahaman E-Commerce memiliki nilai minimum sebesar 41,00 dan nilai maksimum sebesar 64,00. Rata-rata nilai sebesar 52,44 diperoleh bila dibagi dengan jumlah instrumen pernyataan sebanyak 16 item. Jadi diperoleh nilai rata-rata terhadap instrumen pernyataan sebesar 3, artinya secara keseluruhan responden memberikan nilai 3 poin (setuju) pada setiap instrumen pernyataan. Tabel juga menunjukkan bahwa nilai rata-rata sebesar 52,44 dan standar deviasi sebesar 5,185, artinya standar deviasi lebih rendah dari nilai rata – rata. Jadi terdapat variasi data yang rendah, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh tingkat pemahaman E-Commerce dari responden memiliki kesamaan.

Selanjutnya variabel pemahaman SIA memiliki nilai minimum sebesar 30,00 dan nilai maksimum sebesar 52,00, sehingga diperoleh rata-rata sebesar 41,31. Bila dibagi dengan jumlah instrumen pernyataan sebanyak 13 item diperoleh nilai rata-rata terhadap instrumen pernyataan sebesar 3, artinya secara keseluruhan responden memberikan nilai 3 poin (setuju) pada setiap instrumen pernyataan. Sebagaimana variabel bebas sebelumnya, nilai mean sebesar 41,31 dengan standar deviasi 4,480. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi lebih rendah dari nilai mean yang berarti terdapat variasi data yang rendah sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh tingkat pemahaman SIA responden yang satu dengan yang lainnya hampir sama.

Pada variabel minat berwirausaha memiliki nilai minimum sebesar 33,00 dan nilai maksimum sebesar 52,00 sehingga diperoleh rata-rata sebesar 86,95, selanjutnya dibagi dengan jumlah instrumen pernyataan sebanyak 26 item diperoleh nilai rata-rata terhadap instrumen pernyataan sebesar 3 yang berarti secara keseluruhan responden memberikan nilai 3 poin (setuju) pada setiap instrumen pernyataan. Adapun nilai rata-rata sebesar 86,95 lebih tinggi dari standar deviasi 10,833. Sebagaimana pada variable bebas diatas maka hal ini menunjukkan bahwa pengaruh minat berwirausaha responden yang satu dengan yang lain memiliki kesamaan.

Uji Kolmogrov Smirnov menunjukkan bahwa angka probabilitas atau Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan nilai 0,092 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,092 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data dari variabel bebas yaitu pemahaman E-

Commerce (X1) dan pemahaman SIA (X2) serta variabel terikat minat berwirausaha (Y) dalam penelitian ini berdistribusi normal.

hasil uji parsial, maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pemahaman *E-Commerce*

Berdasarkan hasil uji statistik tabel uji parsial diperoleh hasil variabel pemahaman E-Commerce dengan koefisien sebesar 0,553. Nilai t hitung 2,539 lebih besar dari t tabel sebesar 1,655 dan nilai signifikan $0,012 <$ dari probabilitas signifikan $= 0,05$ ($0,012 < 0,05$). Maka dengan demikian H1 diterima dan H0 ditolak, yaitu variabel pemahaman E-Commerce memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Jadi hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pemahaman E-Commerce terhadap minat berwirausaha terbukti.

2. Pemahaman SIA

Hasil uji statistik tabel uji parsial diatas menunjukkan variabel pemahaman SIA dengan koefisien sebesar 0,857, didukung dengan nilai t hitung 3,398 lebih besar dari t tabel sebesar 1,655 ($3,398 > 1,655$). Serta nilai signifikan $0,001 <$ dari probabilitas signifikan $= 0,05$ ($0,0001 < 0,005$), sehingga H2 diterima dan H0 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel pemahaman SIA memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Maka terbukti bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pemahaman SIA secara parsial terhadap minat berwirausaha dapat diterima.

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square (R2) sebesar 0,330. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh pemahaman E-Commerce dan pemahaman SIA secara simultan adalah sebesar 33% dan sisanya adalah sebesar 67% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh positif pemahaman E-Commerce terhadap minat berwirausaha. Pemahaman E-Commerce secara positif mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa karena mahasiswa yakin bahwa pemahaman E-Commerce akan memudahkan bagi seorang

wirausahawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sari & Ardini (2014); Pramiswari & Dharmadiaksa (2017). E-Commerce mampu meningkatkan efektifitas operasional kegiatan bisnisnya Sehingga jika mahasiswa sangat memahami E-Commerce, maka hal tersebut memungkinkan mereka untuk meningkatkan minatnya dalam menjalankan suatu bisnis.

Lebih jauh dengan pemahaman E-Commerce maka mahasiswa menyakini semakin besarnya peluang bagi calon wirausahawan baru yang ingin membangun suatu usaha dengan modal yang relatif kecil. Transaksi penjualan lebih mudah dilakukan dengan tanpa batasan waktu dan ruang. Selain itu dengan adanya E-Commerce dapat membantu wirausahawan dalam memasarkan produk yang dihasilkan sehingga dapat meminimalkan biaya pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kaitannya dalam kinerja keuangan perusahaan, Sistem Informasi Akutansi (SIA) memberikan kemudahan – kemudahan dalam mengolah, mengelola dan menyajikan informasi keuangan, dengan dukungan suatu system informasi, sehingga dapat tercapai competitive advantage bagi aorganisasi atau perusahaan dan diharapkan selaras dengan strategi bisnis. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) yang merupakan suatu system informasi tertua atau dapat dikatakan pula suatu aplikasi system computer utama yang pertama untuk mengolah data akuntansi. Sistem Informasi Akuntansi (SIA) memiliki empat tugas dasar sebagai pengumpul data, manipulasi data, penyimpanan data dan penyimpanan dokumen. Penerapan sistem teknologi informasi akan bermanfaat jika penerapannya sesuai dengan tujuan, visi dan misi organisasi / perusahaan dengan menetapkan strategi bisnis dan strategi system teknologi informasi yang acceptable dan adaptable.

DAFTAR REFERENSI

- Akande, O. O. 2017. Computerized Accounting System Effect On Performance Of Entrepreneurs In South Western Nigeria. *International Journal of Management and Applied Science*, 3, 95.
- Al-baab, M. M., Bastian, E., & Ibrani, E. Y. 2006. Tingkat Integrasi Sistem Akuntansi dan Dampaknya Pada Keputusan Manajemen (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Provinsi Banten). *Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*.
- Chaffey, D. 2009. *E-Business and E-Commerce Management Strategy, Implementation and Practice* (4 edition). Pearson Education Limited.
- Hall, J. A. 2015. *Introduction to Accounting Information Systems (Internatio)*. South-Western Cengage learning.
- Handayani, M. 2017. Analisis Beberapa Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Melalui E-Commerce. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lewis, W., Agarwal, R., and Sambamurthy, V. Sources of Influence on Belief About Information
- Lovita, E., Sudarma, M., Zaki Baridwan, & Roekhudin, R. 2020. Building Supplier Loyalty As A Pillar Of Internal Control In Retail's Business. *Eurasia: Economics & Business*, 10(40), 8–17.
- Masna, T., & Suyatin. 2016. Pengaruh Electronic Commerce Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Pakaian di Bunda Cinta Shop Sangatta. *Journal Ekonomia*, II(5).
- Mc Leod Jr. Raymond, George Schell, *Sistem Informasi Manajemen*, copyright © 2001, Prentice Hall. Inc, PT.Indeks, Jakarta, 2004
- Mulyadi. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi* (5th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. 2017. Pengaruh E-Commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 2(4), 252–269.
- Putra, H. P., & Astri, W. 2015. Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Ecodemica*, 3(5), 439–450.
- Technology Use: An empirical Study of Knowledge Workers. *MIS Quartely*, 27, 4 (2003)
- Urbaczewski, A., Jessup L.M., dan Wheeler, B. (2002) *Electronic Commerce Research: A Taxonomy and Synthesis*. *Journal Of Organizational Computing And Electronic Commerce* 12(4).
- Wilkinson, W.J., Cerullo. J.M., Raval. V., WongonWing. B. (2000), *Accounting Information Systems*. Fourth Edition, John Wiley and Sons. Inc.
- Zaki Baridwan, *Intermediate Accounting*, BPF, Yogyakarta, 1999