



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH PERANGKAT LUNAK AKUNTANSI DAN
E-COMMERCE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA
USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH**

SKRIPSI

**ANNISA MAYANG SARI
1006810611**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM S1 EKSTENSI AKUNTANSI
DEPOK
JULI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PENGARUH PERANGKAT LUNAK AKUNTANSI DAN
E-COMMERCE TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN PADA
USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

**ANNISA MAYANG SARI
1006810611**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM S1 EKSTENSI AKUNTANSI
DEPOK
JULI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Annisa Mayang Sari

NPM : 1006810611

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Juli 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Annisa Mayang Sari
NPM : 1006810611
Program Studi : S1 Ekstensi Akuntansi
Judul Skripsi :
Bahasa Indonesia : Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan *E-commerce* terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
Bahasa Inggris : *The Impact of Accounting Software and E-commerce on Firm Performance in Micro, Small, and Medium Enterprises*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekstensi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rini Yulius S.E., M.Ak

()

Pembimbing : Machmudin Eka Prasetya S.E., Ak., M.Ak

()

Anggota Penguji: Dini Marina S.E., M.Com., DEA

()

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 10 Juli 2012

Ketua Program Ekstensi Akuntansi

Sri Nurhayati, MM., S.A.S
NIP : 196003171986022001

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi hingga ini selesai, baik langsung maupun tidak langsung yaitu kepada:

1. Keluarga saya – Ayah, Ibu, Oge, Saad, dan Ochie – yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
2. Bapak Machmudin Eka Prasetya, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dini Marina dan Ibu Rini Yulius, selaku dosen penguji yang memberikan masukan untuk perbaikan skripsi saya dan nasihat dalam bagaimana harus bersikap.
4. Ibu Aria Farah Mita, selaku pembimbing akademis selama saya belajar di Program S1 Ekstensi Akuntansi FEUI.
5. Ibu Purwatiningsih, dosen terbaik yang pernah saya dapatkan selama menjalani kuliah di FEUI. *There's so many life lesson from you, you touch every student's heart in our CG class*, semoga Ibu selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan oleh Allah SWT.
6. Para dosen beserta staf pengajar yang telah membimbing, mengajar serta mendidik saya selama menuntut ilmu di Program S1 Ekstensi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
7. Para responden yang bersedia mengisi kuesioner sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Mega dan Icha yang selalu bersama saya dalam setiap mata kuliah selama ini. Terima kasih yaa sudah banyak membantu dalam mengerjakan tugas dan presentasi selama ini.
9. Dhika, Aldi, dan Nia yang sudah mengajarkan saya bagaimana mengolah data skripsi dan menjawab pertanyaan-pertanyaan saya dengan sabar.
10. Teman-teman TSI angkatan 2007 – Santi, Tiffani, Evania, Saha, Cendo, Irrevaldy, Martin, Simey, Arin, Aritama, Herman, Mike, dll – terima kasih atas dukungannya dan *keep in touch guys, hope we'll be success.*
11. *My travelmate* – Acul, Nia, Icha, Tatiana, Hain, Anita – terima kasih atas kebersamaannya dalam menghilangkan penat dan sampai jumpa dalam perjalanan selanjutnya. *Life is an adventure.*
12. Teman-teman Akuntansi angkatan 2010, terima kasih atas kebersamaannya selama ini.
13. Karina, Ade, Yuan, Tety, Hepi, Wisnu, Angga, Bombom, Dito, Iqbal, Satyo, yang selalu menghibur saya ketika sedang galau akan skripsi. Terima kasih atas semua dukungan kalian.
14. Agung Dwi Riansah, yang telah membantu menemani mencari data, memberikan motivasi, dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini. *Thank you for believing in me.*

Tak ada gading yang tak retak, saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, mengingat terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Untuk itu saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar saya dapat melakukannya lebih baik lagi di kemudian hari.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Bekasi, Juli 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Mayang Sari

NPM : 1006810611

Program Studi : S1 Ekstensi

Departemen : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Jenis karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan *E-commerce* terhadap Kinerja
Perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**

berserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 10 Juli 2012

Yang menyatakan



Annisa Mayang Sari

vi

ABSTRAK

Nama : Annisa Mayang Sari
Program Studi : S1 Ekstensi Akuntansi
Judul : Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan *E-commerce* terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Penggunaan sistem informasi (SI) oleh usaha kecil menengah (UMKM) merupakan suatu hal yang menarik untuk diketahui. Sistem dan teknologi tersebut disebutkan sebagai penggerak pembangunan yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan berkelanjutan suatu organisasi bisnis. Perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* merupakan bentuk dari penggunaan sistem informasi yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat.

Skripsi ini membahas pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah nonprobabilitas dengan cara *convenience sampling*. Responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ada sebanyak 30 UMKM.

Hasil dari penelitian ini adalah perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja, baik diukur melalui ROA dan ROS. Sedangkan *e-commerce* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja bila diukur dengan ROA dan berpengaruh positif tidak signifikan bila diukur dengan ROS.

Kata kunci:

Perangkat lunak akuntansi, *e-commerce*, kinerja perusahaan, UMKM

ABSTRACT

Name : Annisa Mayang Sari
Study Program : S1 Extension of Accounting
Title : The Impact of Accounting Software and E-commerce on Firm Performance in Micro, Small, and Medium Enterprises

The use of information system (IS) by small and medium enterprises (SMEs) are an interesting thing to be known. The system and technology play an important role in the sustainable growth of a business organization. Accounting software and e-commerce is a form of information systems that are widely known by the public.

This thesis discusses the impact of accounting software and e-commerce on firm performance in micro, small and medium enterprises (SMEs). SMEs located in Jabodetabek area to be sampled in this study. The method used in the selection of sample is non-probability sampling (convenience sampling). There are 30 SMEs who become the sample in this study.

The results of this study are accounting software has significant positive impact on performance, whether measured by ROA and ROS. While e-commerce has no significant negative impact on performance when measured with the ROA and e-commerce has no significant positive impact on performance when measured with the ROS.

Key words:

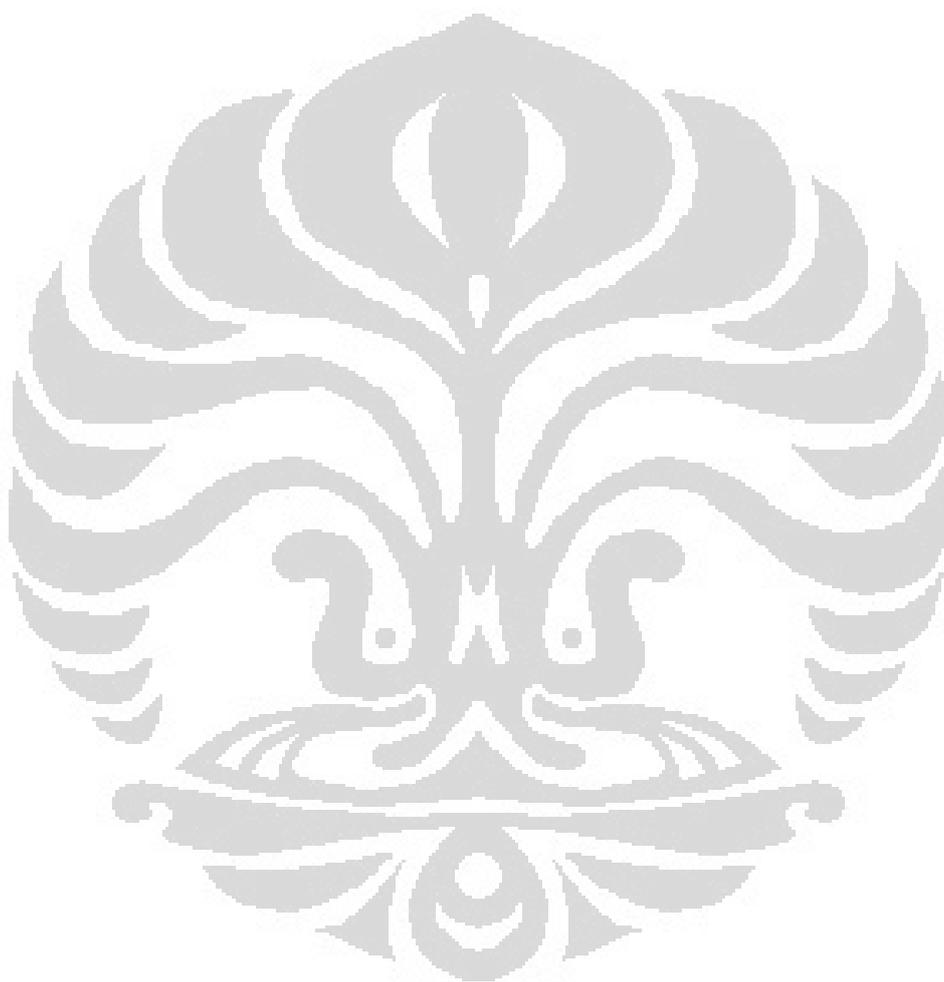
Accounting software, e-commerce, firm performance, SME

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR RUMUS.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
2. TINJAUAN LITERATUR	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	10
2.1.1.1 Definisi dan Kriteria UMKM.....	10
2.1.1.2 Peran dan Fungsi UMKM	12
2.1.1.3 Perkembangan UMKM di Indonesia	13
2.1.2 Perangkat Lunak.....	15
2.1.2.1 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi.....	15
2.1.2.2 Komponen dan Fungsi Sistem Informasi Akuntansi ..	16
2.1.2.3 Definisi dan Klasifikasi Perangkat Lunak.....	17
2.1.2.4 Strategi dalam Memperoleh Perangkat Lunak.....	18
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	19
2.1.3.1 Pengertian <i>Internet</i>	19
2.1.3.2 Pengertian <i>E-Commerce</i>	20
2.1.3.3 Jenis-jenis <i>Commerce</i>	22
2.1.3.4 Tipe-tipe <i>E-Commerce</i>	23
2.1.4 Kinerja Perusahaan.....	23
2.1.4.1 Pengertian Kinerja Perusahaan	23
2.1.4.2 Pengukuran Kinerja Perusahaan	24
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	26
2.2.1 Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan.....	26
2.2.2 Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap Kinerja Perusahaan.....	30

3. METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Disain Penelitian.....	36
3.2 Sumber dan Metodologi Pengumpulan Data.....	37
3.2.1 Sampel Penelitian.....	37
3.2.2 Metode Pengambilan Sampel.....	37
3.2.3 Metode Pengumpulan Data	38
3.3 Kerangka Pemikiran	39
3.4 Operasionalisasi Pengukuran Variabel.....	39
3.4.1 Variabel Dependen.....	40
3.4.1.1 <i>Return on Asset (ROA)</i>	40
3.4.1.2 <i>Return on Sales (ROS)</i>	40
3.4.2 Variabel Independen	41
3.4.2.1 Perangkat Lunak Akuntansi	41
3.4.2.2 <i>E-commerce</i>	42
3.4.3 Variabel <i>Control</i>	42
3.5 Metode Penelitian.....	44
3.5.1 Model Penelitian	44
3.5.2 Teknik Pengolahan Data	45
3.5.2.1 <i>Pooled Least Square (PLS)</i>	45
3.5.2.2 <i>Fixed Effect Model (FEM)</i>	46
3.5.2.3 <i>Random Effect Model (REM)</i>	46
3.6 Uji Analisis Deskriptif.....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik	48
3.7.1 Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.7.2 Uji Multikolinearitas	50
3.7.3 Uji Autokorelasi	51
3.8 Uji Signifikansi.....	51
4. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Responden	53
4.1.1 Lokasi Usaha.....	53
4.1.2 Skala Usaha	54
4.1.3 Jumlah Pegawai.....	55
4.1.4 Pengguna Perangkat Lunak Akuntansi	56
4.1.5 Pengguna <i>E-commerce</i>	57
4.2 Statistik Deskriptif.....	58
4.3 Pemilihan Metode dan Model Estimasi.....	60
4.4 Uji Asumsi Klasik	61
4.4.1 Uji Multikolineritas	62
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi	62
4.5 Uji Signifikansi.....	63
4.6 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis	67
4.6.1 Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan.....	67
4.6.2 Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap Kinerja Perusahaan	68
4.7 Ikhtisar Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	71

5. KESIMPULAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian	73
5.3 Saran.....	74
6. DAFTAR REFERENSI	75

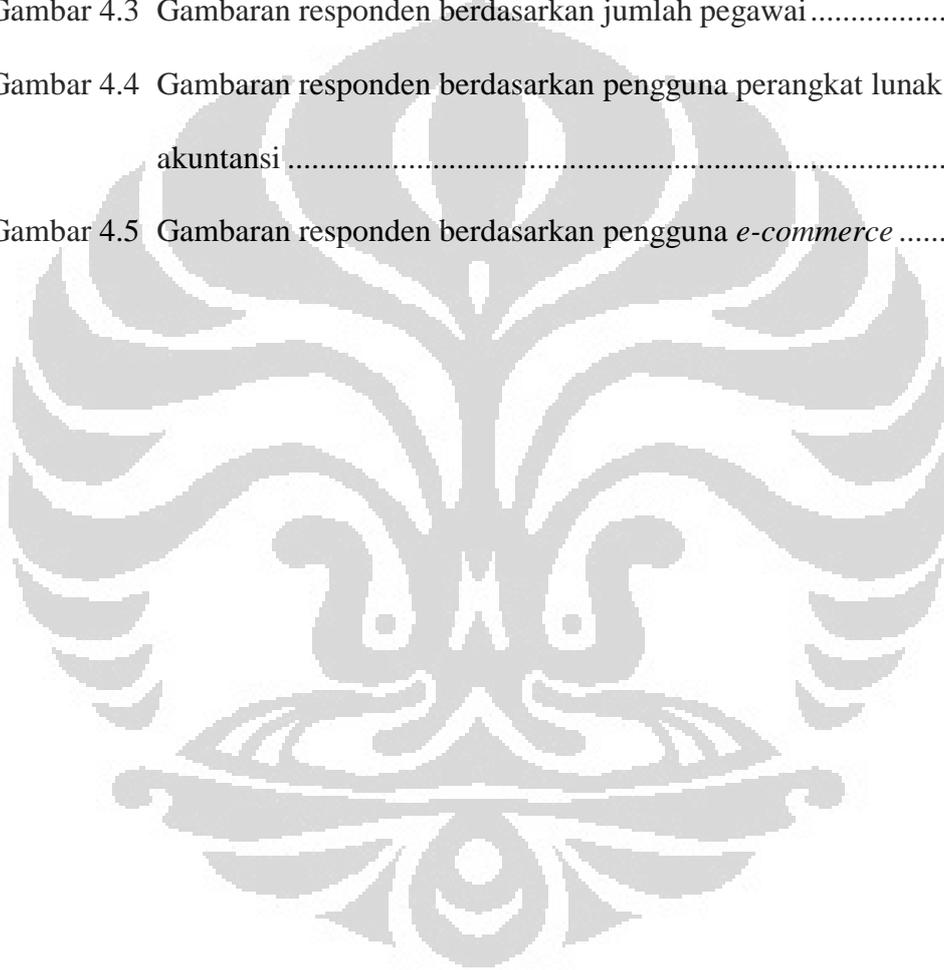


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Definisi UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008	11
Tabel 2.2	Jumlah Unit Usaha Tahun 2006-2010 (unit).....	13
Tabel 2.3	Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2006-2010 (orang)	14
Tabel 2.4	Jumlah Kontribusi UMKM dan Usaha Besar dalam Pembentukan PDB atas Dasar Harga Berlaku 2006-2010 (Rp. Milyar)	14
Tabel 2.5	Perkembangan Pengguna <i>Internet</i> di Indonesia.....	30
Tabel 2.6	Peringkat Lima Besar Pengguna <i>Facebook</i> di Dunia	31
Tabel 3	Variabel dalam Penelitian	43
Tabel 4.1	Presentase Lokasi Usaha	53
Tabel 4.2	Presentase Skala Usaha	54
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif	58
Tabel 4.4	Uji Chow	60
Tabel 4.5	Uji Hausman.....	61
Tabel 4.6	Matriks Korelasi Antar Variabel Independen dan Kontrol	62
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Model 1	63
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Model 2.....	65
Tabel 4.9	Tabel Ringkasan Hasil Analisis Penelitian	71

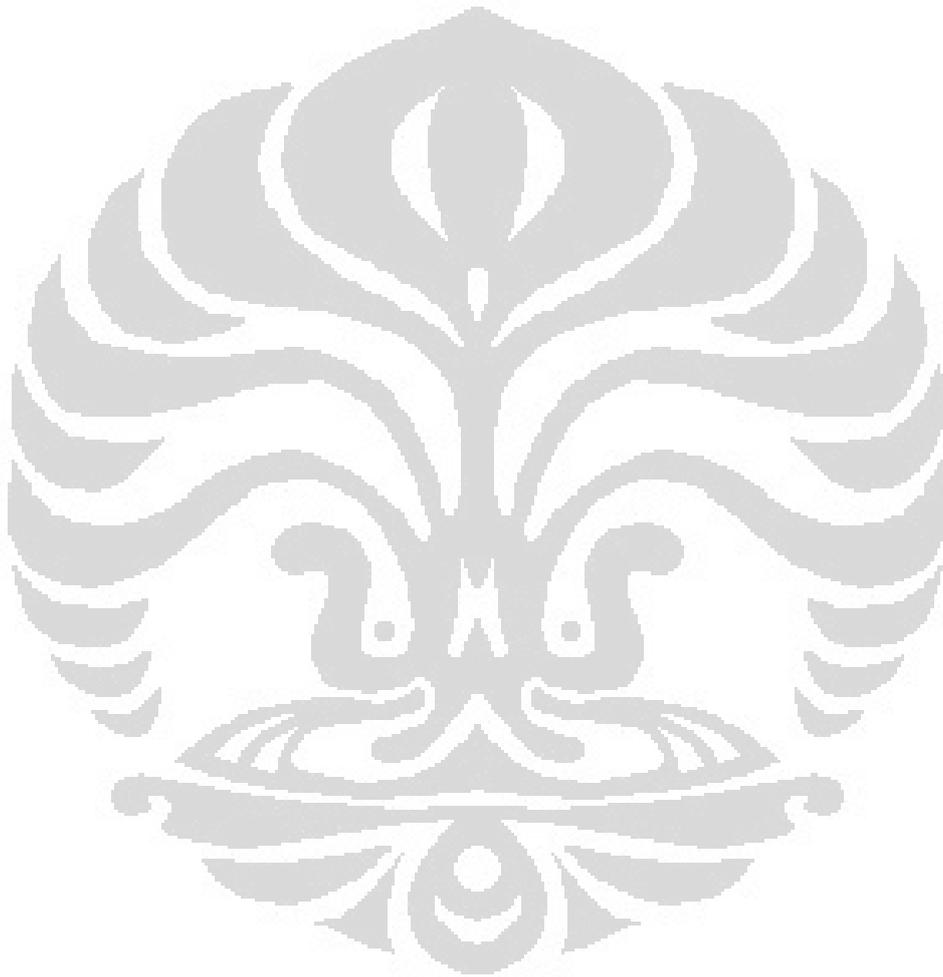
DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	39
Gambar 3.2 Statistik d Durbin-Watson.....	51
Gambar 4.1 Gambaran responden berdasarkan lokasi usaha.....	54
Gambar 4.2 Gambaran responden berdasarkan skala usaha.....	55
Gambar 4.3 Gambaran responden berdasarkan jumlah pegawai.....	55
Gambar 4.4 Gambaran responden berdasarkan pengguna perangkat lunak akuntansi.....	56
Gambar 4.5 Gambaran responden berdasarkan pengguna <i>e-commerce</i>	57



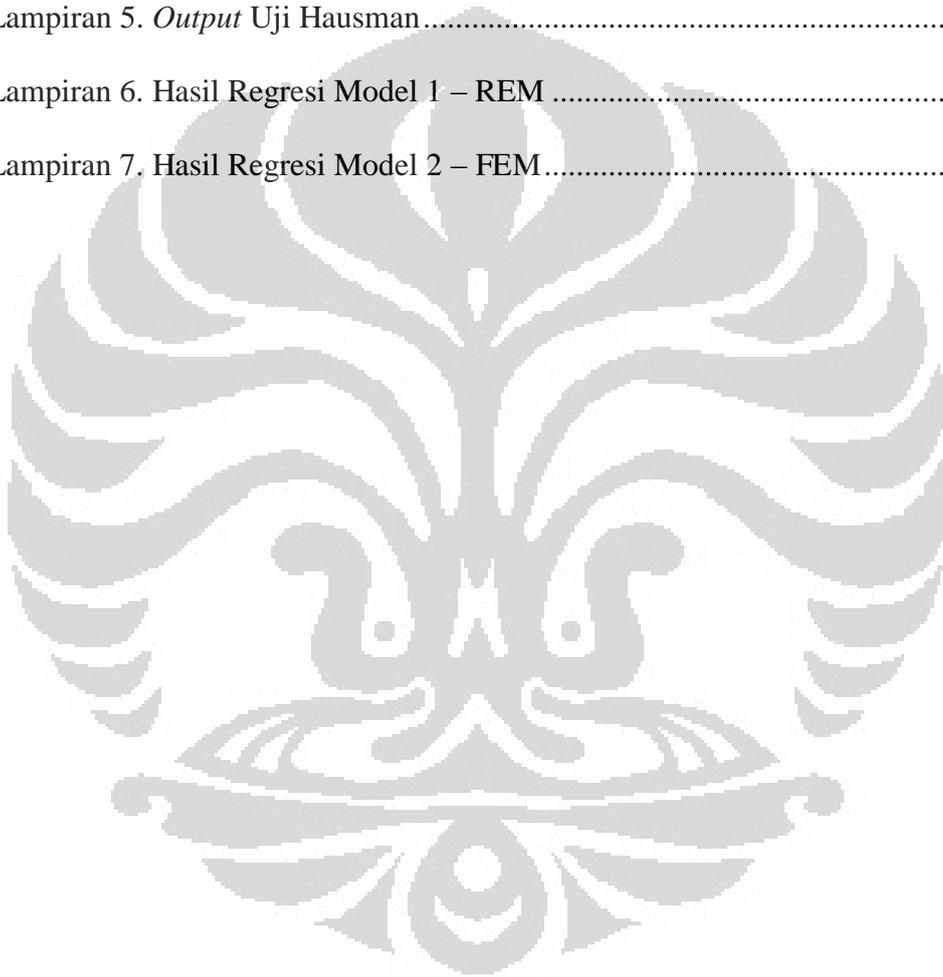
DAFTAR RUMUS

Rumus 2.1	Rumus <i>Return on Asset (ROA)</i>	26
Rumus 2.2	Rumus <i>Return on Sales (ROS)</i>	26
Rumus 3.1	Model Penelitian 1	44
Rumus 3.2	Model Penelitian 2	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Data Penelitian.....	83
Lampiran 3. <i>Output</i> Statistik Deskriptif Penelitian.....	85
Lampiran 4. <i>Output</i> Uji Chow	86
Lampiran 5. <i>Output</i> Uji Hausman.....	87
Lampiran 6. Hasil Regresi Model 1 – REM	88
Lampiran 7. Hasil Regresi Model 2 – FEM.....	90



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (selanjutnya disingkat menjadi UMKM) mempunyai peran penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi negara, baik negara berkembang maupun negara maju. Pada saat krisis ekonomi berlangsung di Indonesia, UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki ketahanan paling baik. Kemampuan UMKM perlu diberdayakan dan dikembangkan secara terus menerus dengan berusaha mereduksi kendala yang dialami UMKM, sehingga mampu memberikan kontribusi lebih maksimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat (Sutaryo, 2004). UMKM menjadi tumpuan untuk menghasilkan nilai tambah, penciptaan lapangan kerja, dan sumber devisa. Tidaklah mengherankan jika UMKM menjadi sektor yang eksotis sehingga menjadi bagian penting dari persaingan perdagangan internasional. Negara yang berhasil menjadi negara maju juga memiliki keberhasilan dalam memajukan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (Daruri, 2012).

Sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah maka Usaha Mikro didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro. Untuk Usaha Kecil didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil. Sedangkan Usaha Menengah didefinisikan sebagai usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih

atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan kriteria yang diatur dalam Undang-Undang.

Peran utama UMKM dalam perekonomian nasional adalah menciptakan lapangan kerja, menggerakkan roda perekonomian, meningkatkan pertumbuhan *output*, dan menyediakan kebutuhan yang terjangkau bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah. Dengan demikian, penguatan UMKM bisa menjadi salah satu program yang efektif dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan (Malano, 2011). UMKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga dapat dikatakan saat ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Pengembangan UMKM sangatlah penting untuk dilakukan, mengingat peran yang dimainkan sangat strategis. Pembinaan paling mendasar untuk mengembangkan UMKM adalah proporsi UMKM merupakan 99,99% dari seluruh jumlah unit usaha dan UMKM memiliki daya serap tenaga yang sangat besar. Selain itu kontribusi UMKM terhadap PDB juga cukup besar. (www.depkop.go.id)

Penggunaan sistem informasi (SI) dan teknologi informasi (TI) oleh UMKM merupakan suatu hal yang menarik untuk diketahui. Sistem dan teknologi tersebut disebutkan sebagai penggerak pembangunan yang memegang peranan penting dalam pertumbuhan berkelanjutan suatu organisasi bisnis. Peningkatan investasi di bidang TI dan peran strategis yang dimainkan oleh SI membuat implementasi TI sebagai suatu isu penting dalam disiplin Sistem Informasi Manajemen (Siregar, 2008).

Menurut Rainer dan Cegielski (2011) yang dimaksud dengan teknologi informasi adalah alat berbasis komputer yang digunakan orang untuk bekerja dengan informasi dan mendukung kebutuhan informasi dan pengolahan informasi dari suatu organisasi sedangkan sistem informasi adalah suatu proses mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisa, dan menyebarkan informasi untuk tujuan tertentu (mayoritas SI adalah terkomputerisasi). SI dibangun di atas suatu infrastruktur TI. Perkembangan TI membuat jangkauan SI tidak lagi terbatas

hanya pada aktifitas utama suatu organisasi, tetapi menjangkau institusi yang berada jauh di luar organisasi (Siregar, 2008).

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang pengimplementasian SI/TI dalam rangka memperbaiki efisiensi dan efektifitas organisasi terutama dalam konteks organisasi bisnis UMKM. Seperti kita ketahui bahwa organisasi jenis ini ukurannya lebih kecil, dan adakalanya memiliki struktur terpusat dan sering dikatakan “miskin sumberdaya” baik sumberdaya manusia, keuangan maupun material, dan memiliki kontrol yang rendah terhadap faktor eksternal (Lesjak, 1995).

Untuk tetap bisa kompetitif, UMKM seharusnya menggunakan TI dalam tingkatan yang sesuai dengan ukuran perusahaan. Tanpa hal itu diyakini bahwa UMKM akan tetap lemah dibandingkan dengan perusahaan besar dalam hal pemasaran, perdagangan, keterampilan manajerial, dan sebagainya. TI sebenarnya hadir sebagai penyelamat bagi UMKM karena TI memberikan peralatan yang dibutuhkan untuk operasional dan manajemen (Maksoud, 2003). Salah satu bentuknya adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA merupakan cabang ilmu dari *Management System Information*. Romney dan Steinbart (2011) mendefinisikan sistem informasi akuntansi sebagai *system that collects, records, stores, and processes data to produce information for decision makers. AIS components include: people, procedures and instruction, data, software, information technology infrastructure, and internal controls and security measures.*

Salah satu komponen dari SIA adalah perangkat lunak. Perangkat lunak (*software*) adalah suatu program atau kumpulan program yang memungkinkan *hardware* untuk memproses data (Rainer dan Cegielski, 2011). Sebagian besar UMKM masih menggunakan pencatatan secara manual dan sederhana. Yang dimaksud manual disini adalah mengandalkan kertas untuk pengarsipan data transaksi dan keuangan. Hal ini tidak efektif dan efisien, selain itu akan mempersulit dalam proses pencarian data transaksi maupun laporan

keuangan. Proses transaksi dan pembuatan laporan secara manual sering terjadi kesalahan jika datanya sangat banyak sehingga laporan sering kurang akurat terlebih jika terjadi perubahan format laporan keuangan. Oleh karena itu, UMKM memerlukan perangkat lunak akuntansi untuk menunjang perkembangannya. Perangkat lunak akan meminimalisir kendala yang terdapat pada pencatatan manual, salah satunya adalah berkurangnya *human error*. Namun, sayangnya banyak UMKM pula yang enggan untuk mengaplikasikan perangkat lunak tersebut dengan berbagai alasan, salah satunya adalah karena keterbatasan sumber daya.

Selain SIA, *e-commerce* juga merupakan bentuk dari sistem informasi. Rainer dan Cegielski (2011) mengemukakan bahwa *electronic commerce (e-commerce)* menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk *internet*. *E-business* memiliki pengertian yang lebih luas lagi. Selain membeli dan menjual barang/jasa, *e-business* juga mengacu pada pelayanan konsumen, kolaborasi dengan partner bisnis, dan melakukan transaksi elektronik dalam sebuah perusahaan. *E-commerce* juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Salah satu manfaat utama dari *e-commerce* adalah akses ke dan dari pasar global. *E-commerce* menghilangkan hambatan geografis beberapa perusahaan yang ingin melakukan perdagangan global. *Political, trade, and cultural barriers may still take it difficult to take true advantage of the global business environment*. Namun, *Internet* membuat komunikasi informasi menjadi lebih mudah. Akhirnya, media yang interaktif dan teknologi *database* dari *internet* juga memungkinkan adanya kesempatan bagi sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa (Senn, 2000). Hal ini meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan baru, sehingga meningkatkan pasar dan profitabilitas mereka secara keseluruhan (Khan Dan Motiwalla, 2002).

Penelitian ini berfokus pada pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan

sehingga dapat diketahui baik dan buruk keadaan keuangan perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Pengukuran kinerja adalah kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu (Hanafi, 2003).

Penelitian mengenai pengaruh SIA terhadap kinerja perusahaan telah banyak dilakukan, namun penelitian mengenai perangkat lunak akuntansi terhadap kinerja masih sedikit. Kharrudin, Ashhari, dan Nassir (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh sistem informasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM di Malaysia. Bentuk sistem informasi yang mereka teliti adalah perangkat lunak akuntansi. Mereka menggunakan data panel untuk menganalisa kinerja perusahaan. Hasil penelitiannya adalah UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam kinerjanya dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi.

Sedangkan penelitian mengenai *e-commerce* dan kinerja perusahaan dikemukakan oleh Kraemer, Gibbs, dan Dedrick (2002). Mereka menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan. Penelitian lainnya mengenai hubungan antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan dilakukan oleh Khan Dan Motiwalla (2002) yang melakukan penelitian untuk menilai bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menganalisa laporan keuangan dari 45 perusahaan terbuka di Amerika Serikat yang mengimplementasikan *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar sampel perusahaan mengalami kenaikan kinerja keuangan setelah mengimplementasikan *e-commerce* dalam proses bisnisnya.

Di Indonesia sendiri penelitian yang sejenis masih jarang dilakukan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui akan ada atau

tidaknya pengaruh penggunaan perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja pada UMKM. Dalam melakukan penelitian, peneliti mengacu pada penelitian yang telah dilakukan oleh Kharrudin, Ashhari, dan Nassir (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh sistem informasi terhadap kinerja perusahaan pada UMKM di Malaysia. Beda penelitian dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambahkan *e-commerce* sebagai variabel independen dan *return on sales* (ROS) sebagai variabel dependen ke dalam model penelitian.

Dengan penelitian ini, pengetahuan akan pengaruh antara perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* dan kinerja perusahaan menjadi lebih berkembang. Penggunaan perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* diharapkan dapat membawa hubungan positif bagi kinerja perusahaan. Penelitian ini akan memberi suatu informasi baru apakah perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* memiliki peran dalam peningkatan kinerja perusahaan pada UMKM di Indonesia. Penelitian ini bisa membantu para pengelola atau pemilik UMKM dalam proses mengambil keputusan penggunaan perangkat lunak akuntansi atau *e-commerce* untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang optimal.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perangkat lunak akuntansi mempengaruhi kinerja UMKM. Apakah UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi memiliki kinerja yang lebih baik apabila dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi dalam menjalankan usahanya dan perangkat lunak akuntansi dapat meningkatkan kinerja UMKM dari kinerja tahun sebelumnya.
2. *E-commerce* mempengaruhi kinerja UMKM. Apakah UMKM yang menggunakan *e-commerce* dalam proses bisnisnya memiliki kinerja yang lebih baik apabila dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan

e-commerce dalam proses bisnisnya dan *e-commerce* dapat meningkatkan kinerja UMKM dari kinerja tahun sebelumnya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh perangkat lunak akuntansi terhadap kinerja perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan dari tahun sebelumnya dan perbandingan kinerja perusahaan dengan perusahaan lainnya atas penggunaan perangkat lunak akuntansi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Peningkatan atau penurunan kinerja perusahaan dari tahun sebelumnya dan perbandingan kinerja perusahaan dengan perusahaan lainnya atas penggunaan *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat tambahan pengetahuan dan meningkatkan pemahaman mengenai sistem informasi yang diterapkan secara langsung oleh UMKM. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana program S1 di Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi pada Universitas Indonesia.
2. Bagi obyek penelitian yaitu UMKM
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi untuk membantu para pengelola atau pemilik UMKM dalam proses mengambil keputusan penggunaan perangkat lunak akuntansi atau *e-commerce* untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang optimal.
3. Bagi penelitian lain
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh

perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan bagi UMKM.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar menjadi jelas dan fokus, penelitian ini memiliki ruang lingkup sebagai berikut:

1. UMKM yang diteliti adalah UMKM yang bergerak di berbagai bidang/industri, baik perusahaan dagang maupun perusahaan jasa, yang berada di wilayah Jabodetabek.
2. UMKM yang telah melakukan aktivitas usaha minimal 2 tahun.
3. Penelitian ini dilaksanakan kepada para pelaku UMKM yang berada di Jabodetabek pada bulan Mei hingga Juni 2012.
4. Definisi UMKM yang dimaksud dalam penelitian ini adalah definisi UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

1.6 Sistematika Penulisan

Skripsi ini ditulis dengan sistematika sebagai berikut:

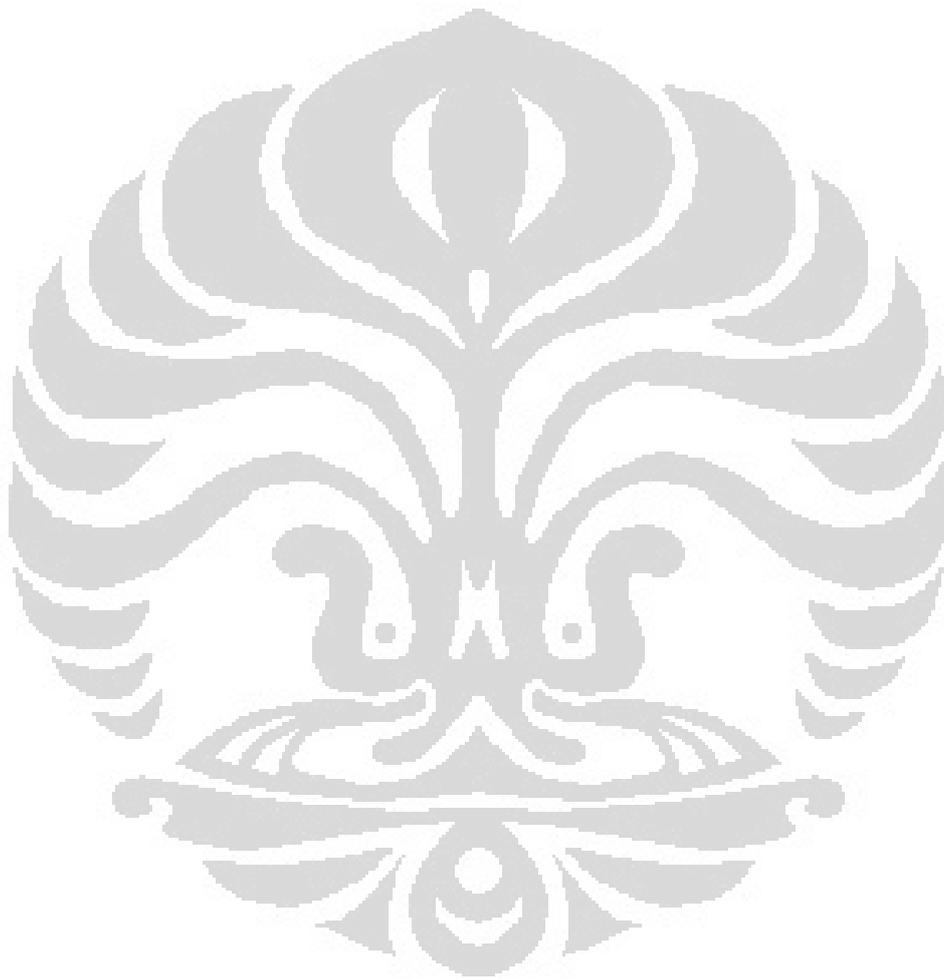
Bab 1 Pendahuluan. Bab ini akan menguraikan latar belakang permasalahan, rumusan permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi keseluruhan dari penelitian.

Bab 2 Tinjauan Literatur. Bab ini akan menguraikan mengenai landasan teori yang dijadikan acuan dan relevan dalam penelitian ini, selain itu dalam bab ini juga akan menguraikan mengenai pengembangan hipotesis. Landasan teori mencakup teori mengenai variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian. Bab ini akan menguraikan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini berisi tentang disain dan jenis penelitian, metoda *sampling* dan pengumpulan data, operasionalisasi variable penelitian, teknik pengolahan dan analisa data, serta model penelitian dan pengukurannya.

Bab 4 Hasil dan Pembahasan. Bab ini akan menguraikan pembahasan dari hasil pengumpulan data penelitian yang peneliti lakukan di lapangan.

Bab 5 Kesimpulan. Bab ini merupakan penutup dari penelitian ini yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang peneliti lakukan serta saran-saran bagi UMKM dan pihak yang berkepentingan dengan penelitian.



BAB 2

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Bagian pertama dalam subbab ini akan membahas definisi UMKM berdasarkan beberapa peraturan di Indonesia. Selanjutnya akan dipaparkan mengenai peran dan fungsi UMKM di Indonesia. Subbab ini diakhiri dengan pembahasan mengenai perkembangan UMKM di Indonesia.

2.1.1.1 Definisi dan Kriteria UMKM

Berbagai negara memiliki definisi yang berbeda-beda mengenai UMKM. Hal yang sangat krusial dalam pendefinisian ini adalah batasan-batasan yang digunakan untuk menentukan apakah sebuah usaha dapat dikategorikan sebagai UMKM atau tidak. Bahkan, institusi yang berbeda di suatu negara dapat memiliki definisi yang berbeda dalam proses kategorisasi ini. Beberapa negara menggunakan total aset sebagai tolok ukur, namun ada pula negara yang menggunakan ukuran lain seperti jumlah karyawan dan pendapatan usaha per tahun.

Di Indonesia, beberapa lembaga atau instansi bahkan Undang-Undang (UU) memberikan definisi yang berbeda mengenai UMKM. Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja, yaitu untuk usaha kecil memiliki jumlah tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.

Pada tanggal 4 Juli 2008 ditetapkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Definisi UMKM yang disampaikan oleh UU ini juga berbeda dengan definisi di atas. Menurut UU No 20 Tahun 2008 ini, yang disebut dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebagai berikut:

- **Usaha Mikro**

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

- **Usaha Kecil**

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Tabel 2.1 Definisi UMKM menurut UU Nomor 20 Tahun 2008

No.	Jenis Usaha	Kriteria	
		Kekayaan Bersih	Penjualan Tahunan
1.	Usaha Mikro	≤ 50 juta	≤ 300 juta
2.	Usaha Kecil	50 juta – 500 juta	300 juta – 2,5 milyar
3.	Usaha Menengah	500 juta – 10 milyar	2,5 milyar – 50 milyar

Sumber: Hasil olahan sendiri

- **Usaha Menengah**

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.1.1.2 Peran dan Fungsi UMKM

Pembangunan nasional bertujuan untuk mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 dalam wadah negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, bersatu, dan berkedaulatan rakyat dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tertib, dan dinamis dalam lingkungan yang merdeka, bersahabat, dan damai.

Pembangunan nasional yang mencakup seluruh aspek kehidupan bangsa diselenggarakan bersama oleh masyarakat dan pemerintah. Masyarakat menjadi pelaku utama pembangunan dan pemerintah berkewajiban mengarahkan, membimbing, melindungi, serta menumbuhkan suasana dan iklim yang menunjang.

UMKM merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas

nasional. Selain itu, UMKM adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan BUMN.

Fungsi dan peran UMKM sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat (Dewi et al., 2009). Fungsi dan peran itu meliputi:

- Penyediaan Barang dan Jasa
- Penyerapan Tenaga Kerja
- Pemerataan Pendapatan
- Nilai Tambah Bagi Produk Daerah
- Peningkatan Taraf Hidup

2.1.1.3 Perkembangan UMKM di Indonesia

UMKM adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak, sehingga dapat dikatakan saat ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Pengembangan UMKM sangatlah penting untuk dilakukan, mengingat peran yang dimainkan sangat strategis. Pembinaan paling mendasar untuk mengembangkan UMKM adalah proporsi UMKM merupakan 99,99% dari seluruh jumlah unit usaha dan UMKM memiliki daya serap tenaga yang sangat besar. Selain itu kontribusi UMKM terhadap PDB juga cukup besar. Jumlah pengusaha di Indonesia antara tahun 2006-2010 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Jumlah Unit Usaha Tahun 2006-2010 (unit)

No.	Skala Usaha	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Usaha Mikro	48.512.438	49.608.953	50.847.771	52.176.795	53.207.500
2.	Usaha Kecil	472.602	498.565	522.124	546.675	573.601
3.	Usaha Menengah	36.763	38.282	39.717	41.133	42.631
4.	Usaha Besar	4.577	4.463	4.650	4.677	4.838
	Total	49.026.380	50.150.263	51.414.262	52.769.280	53.828.569

Sumber: www.depkop.go.id

Dari tabel 2.2 di atas kita dapat melihat bahwa secara umum jumlah UMKM meningkat setiap tahunnya. Dalam kurun waktu empat tahun, usaha mikro mengalami peningkatan sebesar 9,8%, usaha kecil mengalami peningkatan yang cukup besar yaitu sebesar 21,37%, sementara usaha menengah mengalami peningkatan sebesar 15,96%, sedangkan usaha besar hanya mengalami peningkatan besar 5,69% dalam empat tahun. Pada tahun 2010, UMKM mencapai 53.207.500 unit usaha atau 99,99% dari seluruh jumlah unit usaha yang ada di Indonesia.

Tabel 2.3 Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2006-2010 (orang)

No.	Skala Usaha	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Usaha Mikro	82.071.144	84.452.002	87.810.366	90.012.694	93.014.759
2.	Usaha Kecil	3.139.711	3.278.793	3.519.843	3.521.073	3.627.164
3.	Usaha Menengah	2.698.743	2.761.135	2.694.069	2.677.565	2.759.852
4.	Usaha Besar	2.441.181	2.535.411	2.756.205	2.674.671	2.839.711
	Total	90.350.778	93.027.341	96.780.483	98.886.003	102.241.486

Sumber: www.depkop.go.id

Tabel 2.3 menjelaskan bahwa jumlah tenaga kerja UMKM sejak tahun 2006 juga mengalami peningkatan sebesar 13,33% untuk usaha mikro, 15,53% untuk usaha kecil, dan 2,26% untuk usaha menengah.

Tabel 2.4 Jumlah Kontribusi UMKM dan Usaha Besar dalam Pembentukan PDB atas Dasar Harga Berlaku 2006-2010 (Rp. Milyar)

No.	Skala Usaha	2006	2007	2008	2009	2010
1.	Usaha Mikro	1.017.438,7	1.209.622,5	1.510.055,8	1.751.644,6	2.051.878,0
2.	Usaha Kecil	329.215,3	386.404,3	472.830,3	528.244,2	597.770,2
3.	Usaha Menengah	436.769,8	511.841,3	630.339,9	713.262,9	816.745,1
4.	Usaha Besar	1.387.993,3	1.637.681,2	2.080.582,9	2.301.709,2	2.602.369,5
	Total	3.171.417,1	3.745.549,3	4.693.809,0	5.294.860,9	6.068.762,8

Sumber: www.depkop.go.id

Selain jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerja yang besar (Tabel 2.4), kontribusi UMKM terhadap pembentukan PDB juga cukup besar, yakni sebesar 56,23% pada tahun 2006 dan meningkat menjadi 57,12% pada tahun 2010.

Melihat besarnya jumlah unit pelaku ekonomi dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja, UMKM memang layak mendapat perhatian dari para pengambil keputusan kebijakan publik, khususnya lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab atas perkembangan UMKM. Pada era globalisasi dan abad informasi ini serta didukung dengan data-data di atas, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi kompetitif dan berintegrasi dengan perekonomian modern. Sehingga usaha UMKM diharapkan mampu menjadi salah satu pilar perekonomian nasional (Setyaningsih, 2005).

2.1.2 Perangkat Lunak

2.1.2.1 Pengertian Sistem Informasi Akuntansi

Romney dan Steinbart (2011) menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi (SIA) adalah sumber daya manusia dan modal dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk (1) persiapan informasi keuangan dan (2) informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi perusahaan.

Dalam hubungan dengan SIA, Hall (2009) memberikan pernyataan tentang transaksi yaitu transaksi dibagi menjadi dua kelas menjadi transaksi keuangan dan transaksi non keuangan. Transaksi keuangan adalah sebuah peristiwa ekonomi yang mempengaruhi aset dan ekuitas suatu perusahaan, direfleksikan dalam akun-akunnya, dan diukur dalam satuan moneter. Transaksi non-keuangan: termasuk dalam semua peristiwa yang diproses oleh sistem informasi perusahaan yang tidak memenuhi definisi sempit dari transaksi keuangan.

Jadi, dalam SIA tidak hanya mengolah data keuangan saja, data non keuangan juga diikutsertakan karena pengambilan keputusan tidak hanya informasi keuangan saja yang diperlukan, informasi non keuangan tentang suatu kondisi dan

keadaan juga dapat dipergunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

Pada prinsipnya SIA mempunyai peranan penting dalam sebuah perusahaan. SIA memberikan bantuan dalam proses pengambilan keputusan. Kesimpulannya bahwa sistem informasi yang baik harus memiliki prinsip-prinsip kesesuaian desain sistem dengan tujuan sistem informasi dan perusahaan.

SIA dirancang dan dilaksanakan pada dasarnya untuk memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan. Dari hasil SIA ini akan diperoleh mengenai informasi-informasi yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan dalam mencapai tujuan perusahaan.

2.1.2.2 Komponen dan Fungsi Sistem Informasi Akuntansi

Menurut Romney dan Steinbart (2011), Sistem Informasi Akuntansi terbagi menjadi enam komponen, yaitu:

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

Komponen-komponen tersebut memungkinkan SIA untuk memenuhi tiga fungsi bisnis yang utama, yaitu:

1. Mengumpulkan dan menyimpan data tentang aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan oleh perusahaan, sumber daya yang dipengaruhi oleh aktivitas-aktivitas tersebut, dan para pelaku yang terlibat dalam berbagai aktivitas tersebut, agar pihak manajemen, para pegawai, dan pihak-pihak

luar yang berkepentingan dapat meninjau ulang (*review*) hal-hal yang telah terjadi.

2. Mengubah data menjadi informasi yang berguna bagi pihak manajemen untuk membuat keputusan dalam aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.
3. Menyediakan pengendalian yang memadai untuk menjaga asset-asset perusahaan, termasuk data organisasi, untuk memastikan bahwa data tersebut tersedia saat dibutuhkan, akurat dan andal.

2.1.2.3 Definisi dan Klasifikasi Perangkat Lunak

Perangkat lunak merupakan salah satu dari komponen SIA. Perangkat lunak (*software*) adalah suatu program atau kumpulan program yang memungkinkan *hardware* untuk memproses data (Rainer dan Cegielski, 2011).

Pressman (2005) mendefinisikan perangkat lunak sebagai (1) perintah (program komputer) yang bila dieksekusi memberikan fungsi dan unjuk kerja seperti yang diinginkan, (2) Struktur data yang memungkinkan program memanipulasi informasi secara proporsional dan (3) dokumen yang menggambarkan operasi dan kegunaan program. Sedangkan Daulay (2007) menyatakan bahwa perangkat lunak berfungsi sebagai pengatur aktivitas kerja komputer dan semua intruksi yang mengarah pada sistem komputer. Perangkat lunak menjembatani interaksi *user* dengan komputer yang hanya memahami bahasa mesin.

Menurut Daulay (2007) secara umum perangkat lunak ini dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu:

1. Perangkat Lunak Sistem Operasi

Operating system software merupakan perangkat lunak yang berfungsi untuk mengkonfigurasi komputer agar dapat menerima berbagai perintah dasar yang diberikan sebagai masukan. Perangkat lunak sistem juga merupakan sekumpulan program yang ditulis untuk melayani program-program yang lain. Contoh: Windows, Linux, Macintosh, dan lain-lain.

2. Perangkat lunak aplikasi

Perangkat lunak aplikasi merupakan program siap pakai yang digunakan untuk aplikasi dibidang tertentu. Perangkat lunak aplikasi yang membantu user sehingga dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Contoh: Microsoft Office. Perangkat lunak aplikasi adalah jenis perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini.

2.1.2.4 Strategi dalam Memperoleh Perangkat Lunak

Untuk memperoleh aplikasi perangkat lunak, perusahaan memiliki enam cara atau opsi, cara tersebut adalah sebagai berikut (Rainer dan Cegielski, 2011):

1. *Buy the applications (off the self approach)*

Fitur-fitur standar yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam aplikasi IT biasanya bisa ditemukan di banyak perangkat lunak komersil. Namun cara ini akan tidak efisien baik dalam segi biaya maupun waktu. Karena akan dibutuhkan biaya yang besar dan waktu yang banyak untuk dapat menyesuaikan perangkat lunak dengan aplikasi maupun sistem yang telah digunakan dalam perusahaan.

2. *Lease The Applications*

Dibandingkan dengan opsi membeli dan opsi membangun sendiri, opsi *lease* ini dapat lebih menghemat waktu maupun biaya. Namun tentu *leased packaged* ini sama saja seperti opsi membeli diatas, tidak sepenuhnya pas dengan aplikasi perusahaan yang dibutuhkan. Meskipun *vendor* perangkat lunak biasanya memasukan fitur-fitur yang banyak dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan. Leasing dapat dilakukan dengan tiga cara:

- Menyewa aplikasi dari pengembang perangkat lunak dan menginstallnya dengan menggunakan perjanjian-perjanjian tertentu antar perusahaan.
- Menggunakan *Application Service Provider (ASP)*
- Mengutilisasi *software* sebagai *service*

3. *Software as service (SaaS)*

SaaS adalah sebuah metode pengiriman perangkat lunak dimana *vendor host* aplikasi menyediakannya sebagai *service* (jasa) kepada pelanggan melalui jaringan, biasanya *internet*. Pelanggan tidak memiliki perangkat lunak tersebut, mereka hanya membayar untuk mendapat hak untuk menggunakan saja.

4. *Use The Open Source*

Perusahaan dapat menggunakan *open source software* dalam melakukan pengembangan perangkat lunaknya.

5. *Outsourcing*

Menyediakan IT *Applications* dari krontraktor luar atau eksternal perusahaan. Maksudnya perusahaan menyewa tenaga dari luar untuk membangun sebuah aplikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan.

6. *Develop the Application In-House*

Terakhir, perusahaan dapat membangun sendiri aplikasi yang dibutuhkannya. Meskipun biasanya opsi ini banyak memakan waktu dan biaya, namun hasilnya bisa dianggap paling baik karena sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat disesuaikan dengan sistem yang sedang berjalan dalam perusahaan.

2.1.3 *E-Commerce*

2.1.3.1 *Pengertian Internet*

Internet merupakan cikal bakal terjadinya *e-commerce*, tidak akan ada *e-commerce* jika tidak ada *internet*. Oleh karena itu, sebelum membahas lebih lanjut mengenai *e-commerce*, peneliti ingin menguraikan apa yang dimaksud dengan *internet*.

Rainer dan Cegielski (2011) mendefinisikan *internet* sebagai:

“A global WAN (Wide Area Network) that connects approximately 1 million organizational computer networks in more than 200 countries on all continents, including Antarctica, and features in the daily routine of almost 2 billion people. Participating computer systems, called nodes, include smart phones, PCs, LANs, databases, and mainframes.”

O'Brien dan Marakas (2011) mendefinisikan *internet* sebagai:

“A rapidly growing computer network of millions of business, educational, and governmental networks connecting hundreds of millions of computers and their users in over 200 countries.”

Laudon dan Laudon (2011) mendefinisikan *internet* sebagai:

“A global network of networks using universal standards to connect millions of different networks. The Internet has become the world’s most extensive, public communication system that now rivals the global telephone system in reach and range. It’s also the world’s largest implementation of client/server computing and internet-working, linking millions of individual networks all over the world.”

Haag dan Cummings (2009) mendefinisikan *internet* sebagai:

“An internet, with a lowercase i, comes from the word internetworking, and is a net-work of networks, connecting networks managed by different organizations. The largest internet of all is the Internet (with a capital I) which is a vast network of computers that connects millions of people all over the world. “

Ada banyak definisi mengenai *internet*, namun dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan mengenai *internet*. *Internet* adalah suatu media yang menggunakan teknologi komputer dan jaringannya untuk menghapus kendala-kendala seperti ruang dan waktu, sehingga manusia dapat mengakses informasi tanpa terhalang oleh ruang dan waktu tersebut.

2.1.3.2 Pengertian E-Commerce

Electronic commerce (e-commerce) menggambarkan proses membeli, menjual, mentransfer, atau bertukar produk, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk *internet*. *E-business* memiliki pengertian yang lebih luas lagi. Selain membeli dan menjual barang/jasa, *e-business* juga mengacu pada pelayanan konsumen, kolaborasi dengan partner bisnis, dan melakukan transaksi elektronik dalam sebuah perusahaan (Rainer dan Cegilski, 2011).

O'Brien dan Marakas (2011) mendefinisikan *e-commerce* sebagai perubahan atas *shape of competition, the speed of action, and the streamlining of interactions, products, and payments* dari pelanggan kepada perusahaan dan dari perusahaan

kepada pemasoknya. Definisi lain diungkapkan oleh Laudon dan Laudon (2011) yang mendefinisikan *e-commerce* sebagai penggunaan teknologi digital dan *internet* untuk menjalankan proses bisnis utama di dalam perusahaan. *E-Commerce* merupakan proses jual beli barang/jasa secara elektronik yang melibatkan transaksi dengan menggunakan *internet*, jaringan, dan teknologi digital lainnya. *E-business* termasuk aktivitas manajemen internal perusahaan dan koordinasi dengan pemasok dan rekan bisnis yang lain. *E-Commerce* merupakan bagian dari *E-Business*.

Sedangkan Kalakota dan Whinston (1997) mendefinisikan *e-commerce* dari beberapa perspektif berikut ini:

- Perspektif Komunikasi (*Communication*)
E-commerce adalah pengiriman informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
- Perspektif Proses Bisnis (*Business Process*)
E-commerce adalah aplikasi teknologi menuju otomatisasi atas transaksi dan *workflow* bisnis.
- Perspektif *Service*
E-commerce adalah satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan pengiriman *service*.
- Perspektif *Online*
E-commerce menyediakan kemampuan dalam jual beli produk dan informasi di *Internet* dan jasa *online* lainnya.

Dari berbagai definisi diatas peneliti menyimpulkan bahwa *e-commerce* adalah proses perdagangan – baik barang ataupun jasa – yang memanfaatkan teknologi *internet* sebagai pasarnya sehingga jangkauannya lebih luas.

2.1.3.3 Jenis-jenis Commerce

Rainer dan Cegilski (2011) menyatakan bahwa *electronic commerce can take several forms depending on the degree of digitalization involved. Degree of digitalization refers to the extent to which the commerce has been transformed from physical to digital. It can relate to:*

- barang/jasa yang dijual
- bagaimana proses produksi dari barang/jasa tersebut
- agen pengiriman atau perantaranya

Tiga hal diatas dapat dilakukan secara *physical* maupun digital.

Perdagangan (*commerce*) dibagi menjadi tiga, yaitu:

1. *Traditional Commerce (Bricks-and-Mortar Organizations)*

Pada *traditional commerce* ketiga dimensi diatas dilakukan secara fisik. *Traditional commerce* ini yang biasa kita lakukan sehari-hari seperti membeli makanan di kantin kampus, menggunakan jasa angkutan umum, dan lain-lain.

2. *Pure E-Commerce (Virtual or Pure-Play Organizations)*

Pure E-Commerce merupakan kebalikan dari *traditional commerce*. Ketiga dimensi pada *pure e-commerce* dilakukan secara digital. Contoh dari *pure e-commerce* adalah apabila kita membeli *e-book*, dari mulai memesan barang via *internet*, membayar via *electronic payments*, dan *e-book* juga dikirimkan secara digital (biasanya melalui *e-mail*). Contoh lainnya adalah membeli lagu melalui *itunes*, membeli *software* melalui *internet*, dan lain-lain.

3. *Partial E-Commerce (Clicks-and-Mortar Organizations)*

Partial E-Commerce merupakan gabungan dari *traditional commerce* dan *pure e-commerce*. Ketiga dimensi pada *partial e-commerce* ini, ada yang dilakukan secara digital dan ada yang dilakukan secara fisik. *Partial e-commerce* ini lebih sering dilakukan oleh banyak orang belakangan ini. Contoh dari *partial e-commerce* adalah *online shopping*. Pada saat pemesanan, kita melakukannya secara digital via *internet*, namun pada

saat pengiriman barangnya, masih dilakukan secara fisik, yaitu melalui jasa kurir.

2.1.3.4 Tipe-tipe *E-Commerce*

Ada enam tipe dari *e-commerce* (Rainer dan Cegilski, 2011), yaitu:

1. *Business-to-consumer* (B2C). Dalam B2C, penjual adalah sebuah organisasi (perusahaan) dan pembelinya adalah individu.
2. *Business-to-business* (B2B). Dalam transaksi B2B, baik penjual maupun pembeli adalah *business organizations*.
3. *Consumer-to-consumer* (C2C). Dalam C2C, seorang konsumen menjual barang-barang kepada konsumen yang lain. Contoh dari C2C ini adalah *eBay*.
4. *Business-to-employee* (B2E). Dalam B2E, perusahaan menggunakan *e-commerce* secara internal untuk menyediakan informasi dan jasa bagi para pegawainya.
5. *E-Government*. *E-Government* adalah penggunaan IT secara umum dan *e-commerce* secara khusus untuk menyampaikan informasi dan jasa public bagi penduduknya (*government-to-citizen* atau *G2C e-commerce*), dan partner bisnis dan pemasok (*government-to-business* atau *G2B e-commerce*).
6. *Mobile Commerce* (*m-commerce*). *M-commerce* adalah *m-commerce* yang menggunakan teknologi *wireless*. Contohnya, penggunaan *handphone* untuk berbelanja melalui *internet*.

2.1.4 Kinerja Perusahaan

2.1.4.1 Pengertian Kinerja Perusahaan

Pengukuran kinerja merupakan analisis data serta pengendalian bagi perusahaan. Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan di atas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Bagi investor informasi mengenai kinerja perusahaan dapat digunakan untuk melihat apakah mereka akan mempertahankan investasi mereka di perusahaan tersebut atau mencari alternatif lain. Selain itu pengukuran juga dilakukan untuk

memperlihatkan kepada penanam modal maupun pelanggan atau masyarakat secara umum bahwa perusahaan memiliki kreditibilitas yang baik (Munawir, 1995).

Pengukuran kinerja adalah kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu (Hanafi, 2003).

Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dari pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kinerja merupakan indikator dari baik buruknya keputusan manajemen dalam pengambilan keputusan. Manajemen dapat berinteraksi dengan lingkungan interen maupun eksteren melalui informasi. Informasi tersebut lebih lanjut dituangkan atau dirangkum dalam laporan keuangan perusahaan.

2.1.4.2 Pengukuran Kinerja Perusahaan

Salah satu faktor dapat yang mencerminkan kinerja suatu perusahaan adalah laporan keuangan yang merupakan salah satu sumber informasi yang dihasilkan oleh perusahaan yang dibuat oleh pihak-pihak manajemen secara teratur. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan tersebut sangat dibutuhkan oleh para pemakai laporan keuangan baik pihak internal maupun eksternal perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka yang berbeda-beda.

Pihak eksternal perusahaan terutama investor sangat membutuhkan informasi yang tercantum dalam laporan keuangan untuk dapat memprediksi keberhasilan kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Salah satu parameter yang sering digunakan untuk menilai keberhasilan kinerja suatu perusahaan adalah tingkat perolehan laba. Tingkat laba atau rugi suatu perusahaan dapat diketahui dalam laporan laba rugi yang diterbitkan oleh perusahaan. Namun, tingkat perolehan laba tersebut tidak dapat dipastikan kenaikan maupun penurunannya.

Analisis yang biasa digunakan adalah analisis laporan keuangan yang menggunakan rasio keuangan untuk mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan. Penilaian atas kinerja perusahaan dapat mencerminkan kondisi keuangan perusahaan yang nantinya dapat memprediksi pertumbuhan laba pada perusahaan tersebut.

Rasio rasio yang biasanya digunakan dalam melakukan pengukuran antara lain adalah *debt to equity*, *gross profit margin*, *net profit margin*, *inventory turnover*, *total assets turnover*, *return on investment*, *return on equity*. Rasio-rasio tersebut secara simultan dapat mempengaruhi prediksi pertumbuhan laba. Namun secara parsial hanya *gross profit margin*, *inventory turnover*, *return on investment* dan *return on equity* yang berpengaruh signifikan terhadap prediksi pertumbuhan laba.

Pengukuran kinerja yang ada pada perusahaan besar tidak semua dapat diterapkan pada UMKM dikarenakan kesederhanaan pencatatan yang ada dalam UMKM. Tidak semua UMKM menerbitkan laporan keuangan, kebanyakan UMKM hanya mencatat peredaran brutonya saja. Dalam penelitian ini, ukuran kinerja perusahaan dinilai melalui *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS) atau yang biasa dikenal dengan *profit margin*.

Return on Assets (ROA) merupakan perbandingan antara laba bersih dengan rata-rata total aset yang dimiliki perusahaan (Kieso, 2008). ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aset yang digunakan untuk beroperasi mampu

memberikan laba kepada perusahaan. Sebaliknya apabila *return on assets* yang negatif menunjukkan bahwa dari total aset yang digunakan, perusahaan mengalami kerugian. Sehingga jika suatu perusahaan mempunyai ROA yang tinggi yang positif maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan modal sendiri. Tetapi sebaliknya, jika total aset yang digunakan perusahaan tidak menghasilkan laba maka akan menghambat pertumbuhan modal sendiri.

ROA adalah rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan aspek *earning* atau profitabilitas. ROA berfungsi untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki. Semakin besar ROA yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka semakin efisien penggunaan aset oleh perusahaan untuk beroperasi sehingga akan memperbesar laba. Laba yang besar akan menarik investor karena perusahaan tersebut memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \dots\dots\dots(2.1)$$

Sedangkan *Return on Sales* (ROS) adalah “*a measure of the percentage of each dollar of sales that result in net income*”. Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Sales (ROS)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sales}} \dots\dots\dots(2.2)$$

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan

Tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungannya, baik perusahaan besar maupun UMKM. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan harus responsif terhadap perubahan lingkungan, khususnya dengan revolusi teknologi informasi. Saat ini, teknologi informasi merupakan suatu keharusan di banyak perusahaan. Sulit untuk mendapatkan *competitive advantage* dan bertahan tanpa adanya adopsi atau implementasi dari teknologi informasi. Studi telah menunjukkan bahwa sistem informasi yang paling banyak

digunakan adalah sistem informasi akuntansi, khususnya dalam aspek pelaporan keuangan. Keuntungan utama dari penggunaan yang optimal dari SIA di UMKM adalah adaptasi lebih baik terhadap perubahan lingkungan dan meningkatnya daya saing (Grande, Estébanez, & Colomina, 2011).

SIA adalah mengumpulkan, mencatat, mengklasifikasi, dan meringkas informasi untuk membantu manajer untuk membuat perencanaan, pengendalian, dan evaluasi (Bruggeman dan Slagmulder, 1995). SIA memproduksi informasi untuk setiap operasi seperti perencanaan dan pengendalian informasi dan informasi evaluasi kinerja. Selain itu, perencanaan digunakan untuk mengendalikan dan mengkoordinasikan dalam aktivitas produksi (Scarborough et al., 1991). Informasi evaluasi kinerja terdiri dari informasi kinerja keuangan dan non-keuangan. Informasi kinerja keuangan digunakan untuk menilai tingkat pencapaian suatu tujuan dengan menggunakan *return on asset* (ROA), *return on sale* (ROS) dan *return on investment* (ROI) (Miller, 1992). Informasi kinerja non-keuangan menilai informasi yang sifatnya kualitatif seperti kepuasan pelanggan, kualitas produksi, dan kerja sama (Harrison and Poole, 1997). *Management accounting system* merupakan bagian dari SIA yang dapat membantu dalam meningkatkan kinerja produksi (Shoe, 2004).

Dalam konteks UMKM, secara tradisional SIA telah dianggap sebagai sarana untuk menyampaikan informasi keuangan kepada perusahaan (Mia, 1993). Telah terbukti bahwa dalam UMKM, akuntansi keuangan tetap menjadi sumber utama informasi bagi manajer. Marriot dan Marriot (2000) menyimpulkan bahwa *financial awareness* antara manajer UMKM bervariasi dan penggunaan komputer untuk persiapan informasi manajemen akuntansi tidak pada potensi penuh.

Literatur yang ada menawarkan sedikit bukti mengenai hubungan antara SIA dan kinerja perusahaan, namun penting untuk menyoroti penelitian yang dibuat oleh Ismail dan King (2005) yang menemukan hubungan positif antara *AIS alignment and SME strategy and performance measures*. Dalam kasus Spanyol, Naranjo-Gil (2004) berpendapat bahwa perusahaan merancang SIA yang lebih canggih

(*sophisticated*) untuk memenuhi tujuan strategis dan meningkatkan kinerjanya. Penelitian ini menguji pengaruh desain SIA terhadap kinerja perusahaan, keselarasan antara SIA yang canggih dan strategi organisasi dianalisis. SIA terhadap kinerja juga diperiksa. Penelitian ini menggunakan data yang dikumpulkan dari 112 CEO di 218 rumah sakit di Spanyol. Penelitian ini menyimpulkan bahwa adanya hubungan tidak langsung (*indirect relationship*) antara SIA dan kinerja perusahaan melalui berbagai strategi yang dapat diadopsi oleh perusahaan.

Grande, Estébanez, dan Colomina (2011) dalam penelitiannya yang berjudul “*The impact of Accounting Information Systems (AIS) on performance measures: empirical evidence in Spanish SMEs*”, mereka melakukan penelitian untuk mengukur hubungan antara penggunaan SIA oleh UMKM di Spanyol, dan indikator peningkatan kinerja perusahaan dan produktivitas. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara UMKM yang menggunakan SIA untuk manajemen fiskal dan bank dengan dan yang lebih baik dan tidak adanya hubungan yang signifikan antara penggunaan SIA dan produktivitas perusahaan.

Boonmark (2008) dalam penelitiannya menguji apakah strategi bisnis dan SIA mengubah cara perusahaan bersaing dan meneliti pengaruh strategi bisnis dan SIA terhadap penilaian kinerja perusahaan. Faktanya, SIA digunakan sebagai alat untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan strategi bisnis juga memiliki peran yang sama untuk membantu pengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara SIA dan kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa SIA dapat digunakan sebagai alat untuk mendukung kinerja perusahaan agar efisien dan untuk memberikan informasi akuntansi bagi semua pengguna dalam membuat keputusan. Kemudian, perusahaan akan mencapai tujuannya dan menjadi sukses, hal ini akan meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, menambah nilai bisnis itu sendiri, mengurangi anggaran operasional, meningkatkan

pendapatan, meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dan mencapai target pelanggan.

Yeunyong dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara *competitive advantage* dan kinerja perusahaan. Demikian juga dengan hubungan antara efektivitas SIA dan kinerja perusahaan yang memiliki pengaruh positif yang signifikan. Namun, hubungan antara *competitive advantage* dan kinerja perusahaan lebih kuat daripada hubungan antara efektivitas SIA dan kinerja perusahaan. Artinya, efektivitas SIA langsung dapat mempengaruhi kinerja perusahaan atau melalui *competitive advantage*.

Perangkat lunak akuntansi merupakan salah satu komponen dari SIA. SIA tidak akan berjalan efektif tanpa adanya perangkat lunak. Penelitian mengenai perangkat lunak akuntansi dilakukan oleh Kharrudin, Ashhari, dan Nassir (2010) yang mengungkapkan bahwa di Malaysia UMKM telah ditargetkan sebagai suatu mekanisme dalam menghasilkan *domestic-led investment* untuk menstimulasi pembangunan ekonomi, khususnya setelah krisis ekonomi pada tahun 1997. Jadi, sangat penting bagi UMKM untuk mengadopsi sistem informasi khususnya perangkat lunak akuntansi untuk operasi bisnis mereka. Hal ini karena UMKM menghadapi *competitive pressure* tidak hanya dari dalam industri UMKM tetapi juga dari perusahaan besar. Keputusan yang tepat akan meningkatkan efisiensi bisnis UMKM dan tetap kompetitif. Dalam mendorong penggunaan perangkat lunak akuntansi oleh UMKM, pemerintah Malaysia telah mengalokasikan dana khusus untuk membantu UMKM untuk memperoleh sistem ini. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa UMKM yang menggunakan SIA berhasil meningkatkan kinerja perusahaan mereka. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan agar UMKM mengimplementasikan *Accounting System* seperti MYOB, UBS dan sistem yang lainnya untuk membuat mereka lebih kompetitif dalam persaingan usaha.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, jika suatu perusahaan menggunakan perangkat lunak akuntansi dalam pengolahan datanya, maka akan berdampak pada

hasil informasi yang akan dihasilkan. Informasi yang dihasilkan akan lebih *reliable* sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang tepat. Pengambilan keputusan yang tepat akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya yaitu memaksimalkan labanya. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan:

H₁: Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROA

H₂: Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROS

2.2.2 Pengaruh *E-Commerce* terhadap Kinerja Perusahaan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa *internet* merupakan cikal bakal terjadinya *e-commerce*, tidak akan ada *e-commerce* apabila tidak ada *internet*. Sangatlah penting untuk mengetahui seberapa besar perkembangan *internet* untuk mengetahui bagaimana potensi bagi *e-commerce* untuk tumbuh. Seiring dengan berkembangnya teknologi *internet* di Indonesia dan semakin bersaingnya para *provider* dalam menyediakan jasa *internet*, maka pengguna *internet* di Indonesia juga semakin berkembang. Berikut ini adalah perkembangan pengguna *internet* di Indonesia selama enam tahun terakhir:

Tabel 2.5 Perkembangan Pengguna *Internet* di Indonesia

Tahun	Pengguna <i>Internet</i>	Populasi	% Populasi
2006	10.955.189	229.918.547	4,76%
2007	13.450.875	232.461.746	5,79%
2008	18.602.209	234.951.154	7,92%
2009	20.647.906	237.414.495	8,70%
2010	23.747.223	239.870.000	9,90%
2011	55.000.000	245.613.043	22,39%

Sumber: www.worldbank.org dan

www.internetworldstats.com (Data diolah kembali)

Dari tabel 2.5 di atas dapat dilihat selain mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, potensi pengguna *internet* di Indonesia masih sangatlah besar. Masih ada 77,61% penduduk Indonesia yang belum menggunakan *internet*. Pada tahun 2011, pengguna *internet* melonjak tajam dibanding tahun 2010, kenaikannya mencapai 132%, *social media* merupakan penyumbang besar dalam berkembangnya pengguna *internet* di Indonesia, terutama *Facebook* dan *Twitter*. Pada tabel 2.6 terdapat peringkat lima besar pengguna *Facebook* terbanyak di dunia per 31 Desember 2011. Indonesia menduduki peringkat keempat sebagai negara pengguna *Facebook* terbanyak di dunia. Peringkat pertama diduduki oleh Amerika Serikat, disusul India dan Brazil masing-masing pada posisi kedua dan ketiga, lalu Indonesia pada urutan keempat, diikuti oleh Meksiko pada posisi kelima.

Tabel 2.6 Peringkat Lima Besar Pengguna *Facebook* di Dunia

Peringkat	Negara	Pengguna <i>Facebook</i>
1	Amerika Serikat	157.348.340
2	Brazil	47.011.060
3	India	45.825.620
4	Indonesia	42.272.040
5	Meksiko	33.173.840

Sumber: www.socialbakers.com

Total pengguna *Facebook* di Indonesia saat ini sebesar 42.272.040 dengan total pengguna *internet* sebesar 55.000.000 pada tahun 2011, hal ini berarti sebesar 76,86% pengguna *internet* di Indonesia memiliki *Facebook*.

Bukan hanya *Facebook* saja yang memiliki pertumbuhan yang mengesankan. *Twitter* juga memiliki andil dalam melonjaknya pengguna *internet* di Indonesia. *Social network* berlambang burung ini juga memiliki *user* yang cukup banyak di Indonesia. Berdasarkan penelitian SemioCast (www.semioCast.com), lembaga riset media sosial yang berpusat di Paris memaparkan bahwa Indonesia menduduki

Universitas Indonesia

peringkat kelima dalam pemilik akun terbanyak di dunia. Indonesia berada di posisi kelima dengan jumlah akun $\pm 19.500.000$. Peringkat pertama diduduki oleh Amerika Serikat jumlah akun sebesar $\pm 107.700.000$, posisi kedua diduduki Brazil dengan $\pm 33.300.000$ akun, Jepang di posisi ketiga dengan $\pm 29.900.000$ akun, dan *United Kingdom* yang berhasil berada di posisi keempat dengan $\pm 23.00.000$ akun.

Berdasarkan data-data di atas dapat disimpulkan bahwa proses bisnis dengan menggunakan *e-commerce* di Indonesia sangatlah menjanjikan. Belakangan ini mulai banyak bermunculan *online shopping* di Indonesia, baik melalui *website* yang mereka bangun sendiri, melalui *Facebook*, *Twitter*, dan media *online* yang lainnya. Para pelaku usaha memasarkan produk mereka melalui *social media* tersebut, hal ini sungguh efektif dalam menggaet pembeli, mereka tidak perlu membuang banyak uang untuk biaya pemasaran, hanya dengan *social media* mereka dapat memasarkan produknya ke seluruh Indonesia bahkan secara global.

Model ekonomi berbasis *internet* mengalami pertumbuhan yang lebih efisien pada *transaction cost level* (Benjamin Dan Wigand, 2000). Efisiensi lainnya berasal dari pemasaran dan iklan, *online information processing with forms that are electronically linked to databases*, dan *online customer support* (Hoffmann et al., 1995). Eliminasi perantara (*middleman*) dalam saluran distribusi juga dapat memiliki dampak besar pada efisiensi pasar (Michalski, 1995). Efisiensi lain yang dihasilkan melalui *e-commerce* berasal dari berkurangnya atau tidak adanya persediaan sehingga mengurangi *carrying cost*, berkurangnya atau tidak adanya ruang penyimpanan, basis pelanggan yang lebih besar, dan akses selama 24x7 jam tanpa adanya biaya tambahan (Steinfeld dan Whitter, 1999).

E-commerce juga memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis mereka. Salah satu manfaat utama dari *e-commerce* adalah akses ke dan dari pasar global (Economist, 1997). *E-commerce* menghilangkan hambatan geografis beberapa perusahaan yang ingin melakukan perdagangan global. *Political, trade, and cultural barriers may still take it difficult to take true advantage of the global business environment*. Namun, *Internet* membuat komunikasi informasi menjadi

lebih mudah. Akhirnya, media yang interaktif dan teknologi database dari *internet* juga memungkinkan adanya kesempatan bagi sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk dan jasa (Senn, 2000). Hal ini meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan baru, sehingga meningkatkan pasar dan profitabilitas mereka secara keseluruhan (Khan Dan Motiwalla, 2002).

Dalam artikel yang ditulis oleh Munthe (2012) yang dimuat dalam harian Bisnis Indonesia, menyatakan bahwa Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia menargetkan 2 tahun ke depan pelaku UMKM yang melakukan penjualan produk secara *online* naik 100% dari sekarang. Selain itu, Wakil Ketua Bidang UMKM Kadin Sandiaga S. Uno yang mengatakan bahwa saat ini dari 99% pelaku UMKM baru 10% yang memanfaatkan teknologi informasi (TI) untuk melakukan promosi dan penjualan barang dan dia mengharapkan pelaku UMKM yang memanfaatkan TI dapat mencapai 20%. Dia menambahkan dengan jumlah 20% pelaku UMKM yang *e-commerce*, maka tidak mengherankan apabila pelaku UMKM dalam negeri menguasai pasar global. Melalui pemasaran *online*, naik kelas pengusaha akan terjadi yakni dari pengusaha mikro menjadi usaha kecil, usaha kecil menjadi usaha menengah, dan usaha menengah menjadi usaha besar. Artikel lain yang dimuat di dalam *Investor Daily*, Rahmawati (2012) menuliskan dalam menanggapi target Kadin tersebut, Google sebagai raksasa teknologi informasi dan komunikasi (TIK) global meluncurkan program “Bisnis Lokal *Go Online*” sebagai wadah pengusaha UMKM untuk menggunakan media *online* sebagai bagian dari bisnis mereka. Hasil data Riset Deloitte tahun 2011, UMKM yang telah menggunakan *internet* dalam bisnis mereka mendapatkan kenaikan pendapatan hingga 29% per tahun.

Saeed, Grover, dan Hwang (2005) dalam penelitiannya yang berjudul “*The Relationship of E-Commerce Competence to Customer Value and Firm Performance*”. Penelitian ini menganalisis data primer dan sekunder lebih dari 100 perusahaan, untuk mengetahui hubungan antara *e-commerce competence*, *customer value*, dan kinerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif

e-commerce terhadap kinerja perusahaan. Peneliti menyimpulkan bahwa *e-commerce competence* memungkinkan perusahaan untuk mengenali daerah yang memiliki potensi terbaik untuk menghasilkan *customer value* dan meningkatkan kinerja. Perusahaan dapat mempertahankan pelanggan melalui layanan yang meningkatkan *product ownership experience* dan dengan demikian merangsang pembelian berikutnya dari perusahaan yang sama. Pendekatan seperti itu penting dalam menjamin dan kinerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Hubungan positif antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan terbukti dari penelitian yang dilakukan oleh Kraemer, Gibbs, dan Dedrick (2002). Penelitian ini mengembangkan dan menguji suatu model dalam meneliti hubungan antara *firm globalization*, *e-commerce adoption*, dan kinerja perusahaan, dengan menggunakan data dari survei perusahaan *cross-country* berskala besar dari tiga industri. Peneliti menemukan bahwa globalisasi mengarah kepada dua hal, yaitu *e-commerce adoption* dan peningkatan kinerja. *e-commerce adoption* juga menyebabkan kinerja perusahaan menjadi lebih besar. Peningkatan kinerja perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup tiga hal, yaitu efisiensi, koordinasi, dan perdagangan (penjualan dan *market position*).

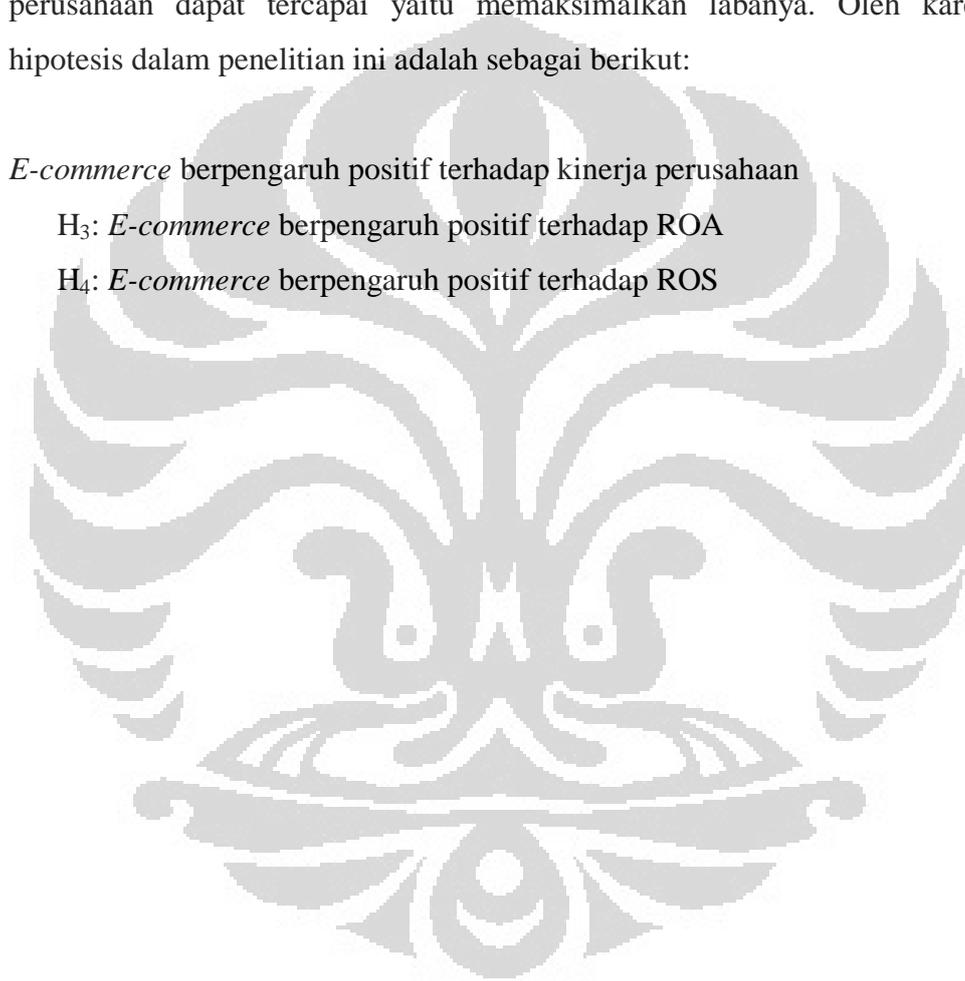
Penelitian lainnya mengenai hubungan antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan dilakukan oleh Khan Dan Motiwalla (2002) melakukan penelitian untuk menilai bagaimana pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian ini menganalisa laporan keuangan dari 45 perusahaan terbuka di Amerika Serikat yang mengimplementasikan *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar sampel perusahaan mengalami kenaikan kinerja keuangan setelah mengimplementasikan *e-commerce* dalam proses bisnisnya. Data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi *e-commerce* telah membantu perusahaan-perusahaan tersebut mempertahankan *market leadership status* mereka dan, dalam beberapa kasus, mendorong perusahaan-perusahaan tersebut menjadi lima besar dalam industri mereka.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, jika suatu perusahaan menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya, maka pangsa pasarnya akan semakin luas, baik dalam negeri dan luar negeri. Selain itu, *e-commerce* juga memangkas *advertising cost* dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam pemasaran barang/jasa yang ditawarkan. Luasnya pangsa pasar akan berpeluang besar dalam peningkatan penjualan dan pemotongan *cost* yang dihasilkan dari implementasi *e-commerce* dapat memperbesar laba yang dihasilkan perusahaan, sehingga tujuan utama perusahaan dapat tercapai yaitu memaksimalkan labanya. Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

E-commerce berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan

H₃: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap ROA

H₄: *E-commerce* berpengaruh positif terhadap ROS



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis (*hypothesis testing*). Studi yang termasuk dalam pengujian hipotesis biasanya menjelaskan sifat hubungan tertentu, atau menentukan perbedaan antarkelompok atau kebebasan (independensi) dua atau lebih faktor dalam suatu situasi. Sekaran (2009) menyatakan bahwa pengujian hipotesis menawarkan pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan yang eksis antarvariabel.

Selain itu jenis penelitian ini adalah studi kalusal (*causal study*). Penelitian jenis ini berusaha untuk menguji hipotesis yang menyatakan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini hubungan sebab akibat harus tampak nyata. Penelitian ini ingin melihat hubungan sebab akibat antara tiga variabel, yaitu perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* sebagai variabel independen dan kinerja perusahaan sebagai variabel dependen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi (Kristiyantono, 2007).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena analisis penelitian ini melibatkan aktivitas perhitungan yang hasilnya akan dijabarkan secara numerik atau dalam bentuk angka-angka untuk menjawab rumusan pertanyaan atau permasalahan penelitian, yakni apakah terdapat hubungan antara perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan. Melalui pendekatan penelitian kuantitatif, peneliti berangkat dari sebuah teori, konsep, hipotesa juga asumsi, sebelum melakukan pengumpulan data lapangan. Setelah sejumlah data yang diperlukan telah diperoleh dari hasil turun lapangan, maka peneliti akan melakukan analisa data lapangan tersebut, untuk kemudian

hasilnya dicocokkan kembali dengan teori-teori, konsep, hipotesa, juga asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa penelitian ini bersifat mengkonfirmasi hubungan teori atau konsep yang ada dengan hasil penelitian untuk kemudian hasilnya dicocokkan kembali dengan teori-teori, konsep, hipotesa, juga asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Time horizon yang digunakan dalam penelitian ini adalah *longitudinal study* atau yang biasa dikenal dengan panel. Data yang digunakan adalah data selama dua tahun yaitu tahun 2010 dan 2011.

3.2 Sumber dan Metodologi Pengumpulan Data

3.2.1 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, sejumlah, tapi tidak semua, elemen populasi akan membentuk sampel. (Sekaran, 2009). Jadi, sampel adalah subkelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Subjek adalah satu anggota dari sampel, sebagaimana elemen dalam satu anggota populasi.

Roscoe (1975) mengatakan bahwa ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Jumlah sampel yang didapatkan oleh peneliti adalah sebanyak 30 UMKM. Jumlah ini dianggap telah melampaui batasan syarat data menyebar normal apabila berjumlah lebih besar dari atau sama dengan 30. Memang jumlah ini masih sangat sedikit bila dibandingkan dengan jumlah UMKM yang tersebar di Jabodetabek. Namun jumlah sampel dianggap cukup untuk memenuhi kebutuhan analisis.

3.2.2 Metode Pengambilan Sampel

Terdapat dua tipe utama desain pengambilan sampel, yaitu pengambilan sampel cara probabilitas dan nonprobabilitas (Sekaran, 2009). Dalam pengambilan sampel cara probabilitas (*probability sampling*), besarnya peluang atau

probabilitas elemen populasi untuk terpilih sebagai subjek sampel diketahui. Sedangkan dalam pengambilan sampel cara nonprobabilitas (*nonprobability sampling*), besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. *Nonprobability sampling* adalah desain pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*.

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

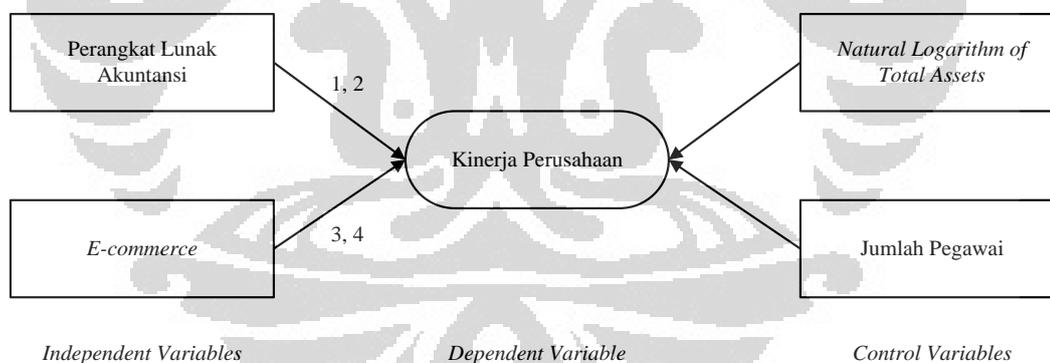
Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung (primer) atau tidak langsung (sekunder) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan (proses) suatu riset, untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban, dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi peneliti (Ruslan, 2005).

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi (Sekaran, 2009). Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan cara studi lapangan (*field study*). Alat dalam pengumpulan data primer ini adalah survey. Bentuk dari survey yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sekaran (2009), kuesioner (*questionnaires*) adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Kuesioner disebarkan kepada UMKM dengan metode yang sudah dijelaskan sebelumnya, yaitu dengan metode *convenience sampling*. Kuesioner disebarkan kepada UMKM dalam berbagai industri. *Financial firms* seperti perusahaan investasi dikeluarkan dari sampel dikarenakan jenis usaha yang berbeda. Data primer yang diperoleh dari *survey* ini berupa data kuantitatif yang nantinya akan diolah untuk menghasilkan gambaran hubungan antara perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan. Kuesioner yang disebarkan dengan dua cara, yaitu secara langsung dan secara elektronik (*e-questionnaire*). Kuesioner secara elektronik digunakan untuk efisiensi waktu. Kuesioner yang digunakan dapat dilihat di Lampiran 1.

Data sekunder didapatkan dengan cara studi pustaka (*library study*). Studi pustaka adalah kegiatan pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan literatur-literatur, jurnal, buku dan sumber lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dengan cara membaca, mengumpulkan dan mencatat serta menganalisisnya sehingga dapat mengembangkan kerangka teori dalam penentuan arah dan tujuan penelitian dimaksud.

3.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggambarkan hubungan antara perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* dengan kinerja perusahaan. Pada gambar 3.1, nomor 1 dan 2 menjelaskan hubungan perangkat lunak akuntansi terhadap kinerja perusahaan dimana kinerja perusahaan diukur dari ROA dan ROS. Nomor 3 dan 4 menjelaskan hubungan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan dimana kinerja perusahaan juga diukur dari ROA dan ROS. Kerangka pemikiran ini menggambarkan hipotesis yang sebelumnya dijelaskan pada Bab 2.



Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian

3.4 Operasionalisasi Pengukuran Variabel

Pada bagian ini dijelaskan mengenai variabel-variabel yang digunakan oleh peneliti dan bagaimana pengukurannya. Variabel tersebut terdiri dari variabel dependen, independen, dan *control*, dimana variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce*, variabel dependen

adalah variabel kinerja perusahaan, dan variabel *control* adalah usaha dan jumlah pegawai.

3.4.1 Variabel Dependen

Sekaran (2009) mendefinisikan variabel dependen sebagai variabel yang menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen merupakan variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja perusahaan. Dimana pengukuran kinerja perusahaan dibagi menjadi dua proksi, yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS).

3.4.1.1 *Return on Asset* (ROA)

Pengukuran ROA dilakukan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset yang dimiliki. ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aset yang digunakan untuk beroperasi mampu memberikan laba kepada perusahaan. Sebaliknya apabila ROA yang negatif menunjukkan bahwa perusahaan mengalami kerugian.

ROA adalah rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan aspek *earning* atau profitabilitas. ROA berfungsi untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki. Semakin besar ROA yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka semakin efisien penggunaan aset oleh perusahaan untuk beroperasi sehingga akan memperbesar laba. Laba yang besar akan menarik investor karena perusahaan tersebut memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya di Bab 2, rumus ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

3.4.1.2 *Return on Sales* (ROS)

Menurut Kieso (2008) ROS adalah “*a measure of the percentage of each dollar of sales that result in net income*”. ROS menunjukkan seberapa besar *net income* yang dihasilkan dari setiap penjualan. ROS digunakan untuk mengetahui efisiensi

perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan (*sales*).

Semakin besar ROS yang dimiliki oleh sebuah perusahaan maka semakin baik karena perusahaan dianggap memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba yang cukup tinggi. ROS yang rendah mengimplikasikan bahwa terjadi dua hal, apakah penjualan terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu atau biaya terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau mungkin saja merupakan kombinasi dari kedua hal tersebut. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya di Bab 2, rumus ROS adalah sebagai berikut:

$$\text{Return on Sales (ROS)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sales}}$$

3.4.2 Variabel Independen

Sekaran (2009) mendefinisikan variabel independen sebagai variabel yang memengaruhi variabel dependen, baik secara positif atau negatif. Jika terdapat variabel independen, variabel dependen juga hadir. Dengan kata lain, varians variabel dependen ditentukan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel independen yaitu perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce*, kedua variabel tersebut diukur dengan menggunakan variabel *dummy*. Variabel *dummy* adalah sebuah variabel yang memiliki dua atau lebih *distinct levels*, yang dikodekan dengan angka 0 atau 1. Variabel *dummy* memungkinkan kita untuk menggunakan variabel nominal atau ordinal seperti variabel independen untuk menjelaskan, mengerti, atau memprediksi variabel dependen. Variabel *dummy* merupakan sebuah variabel yang digunakan untuk mengkuantitatifkan variabel yang bersifat kualitatif

3.4.2.1 Perangkat Lunak Akuntansi

Kharrudin, Ashhari, dan Nassir (2010) menggunakan *dummy variables* untuk mengindikasikan suatu perusahaan menggunakan *accounting system* (AS) dan tidak menggunakan *accounting system*.

Dummy perangkat lunak akuntansi bernilai 1 jika perusahaan menggunakan perangkat lunak akuntansi seperti Zahir, MYOB, dan lainnya (termasuk jika UMKM tersebut menggunakan *Microsoft excel*). Sedangkan *dummy* perangkat lunak akuntansi akan bernilai 0 jika perusahaan sama sekali tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi atau melakukan pencatatan secara sederhana atau manual.

3.4.2.2 *E-commerce*

Variabel *e-commerce* menggambarkan penggunaan *e-commerce* di UMKM. Seperti variabel perangkat lunak akuntansi, peneliti juga menggunakan *variabel dummy (dummy e-commerce)* untuk menentukan suatu perusahaan menggunakan *e-commerce* dalam proses bisnisnya atau tidak.

Seperti yang sudah dijelaskan di Bab 2, Rainer dan Cegilski (2011) menyatakan bahwa *electronic commerce can take several forms depending on the degree of digitalization involved. Degree of digitalization refers to the extent to which the commerce has been transformed from physical to digital. It can relate to:*

1. barang/jasa yang dijual
2. bagaimana proses produksi dari barang/jasa tersebut
3. agen pengiriman atau perantaranya

Tiga hal diatas dapat dilakukan secara *physical* maupun digital.

Dummy e-commerce bernilai 1 jika perusahaan menggunakan salah satu saja dari ketiga hal di atas secara digital termasuk juga *online advertising*. Baik *pure* atau *partial e-commerce* akan bernilai 1. Sedangkan *dummy e-commerce* akan bernilai 0 jika perusahaan sama sekali tidak melibatkan proses digital terhadap ketiga hal di atas atau yang disebut dengan *traditional e-commerce*.

3.4.3 *Variabel Control*

Variabel *control* merupakan variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel independen terhadap variabel dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Ukuran usaha (*firm size*)

digunakan peneliti sebagai variabel *control*. Ukuran usaha dibagi menjadi dua proksi, yaitu total aset yang diukur dengan *natural logarithm of total assets* (LNTA) dan jumlah pegawai. Dikarenakan nominalnya yang besar, maka untuk keperluan pengolahan data besaran total aset tersebut dicari natural lognya agar satuan nilainya dapat disamakan dengan variabel yang lain

Tabel 3 Variabel dalam Penelitian

Variabel	Pengertian	Fungsi	Sumber
DUM_AS	<i>Dummy</i> perangkat lunak akuntansi menggambarkan penggunaan perangkat lunak akuntansi di UMKM. <i>Dummy</i> SIA bernilai 1 jika perusahaan menggunakan perangkat lunak akuntansi seperti Zahir, MYOB, dan lainnya (termasuk Microsoft Excel). Sedangkan <i>dummy</i> perangkat lunak akuntansi akan bernilai 0 jika perusahaan tidak menggunakannya.	Independen	<i>Survey</i>
DUM_EC	<i>Dummy e-commerce</i> menggambarkan penggunaan <i>e-commerce</i> di suatu perusahaan bernilai 1 jika perusahaan menggunakan <i>e-commerce</i> dan bernilai 0 jika tidak menggunakannya.	Independen	<i>Survey</i>
ROA	<i>Return on Asset</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian yang diperoleh perusahaan dari setiap aset yang dikeluarkan oleh perusahaan. Rasio ini dihitung dengan formula <i>net income</i> dibagi <i>total asset</i> perusahaan	Dependen	<i>Survey</i>
ROS	ROS digunakan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan penjualan (<i>sales</i>). Rasio ini dihitung dengan formula <i>net income</i> dibagi <i>net sales</i> perusahaan	Dependen	<i>Survey</i>
LNTA	<i>Natural logarithm of total assets</i> (LNTA) digunakan sebagai proksi dalam mengukur ukuran usaha.	<i>Control</i>	<i>Survey</i>
TL	<i>Total labour</i> digunakan sebagai proksi dalam mengukur ukuran usaha.	<i>Control</i>	<i>Survey</i>

3.5 Metode Penelitian

3.5.1 Model Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja perusahaan dengan pendekatan secara akuntansi yang terdiri dari dua proksi yaitu *return on asset* (ROA) dan *return on sales* (ROS) seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Peneliti memiliki dua model penelitian yang akan diuji secara empiris untuk mengetahui pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan. Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Model 1

$$ROA_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 DUM_AS_{i,t} + \beta_2 DUM_EC_{i,t} + \beta_3 LNTA_{i,t} + \beta_4 TL_{i,t} + e_{i,t} \dots\dots (3.1)$$

Model 2

$$ROS_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 DUM_AS_{i,t} + \beta_2 DUM_EC_{i,t} + \beta_3 LNTA_{i,t} + \beta_4 TL_{i,t} + e_{i,t} \dots\dots (3.2)$$

Dimana:

$\alpha_{i,t}$ = Konstanta

$\beta_{i,t}$ = Koefisien regresi

$ROA_{i,t}$ = Variabel dependen sebagai indikator kinerja perusahaan

$ROS_{i,t}$ = Variabel dependen sebagai indikator kinerja perusahaan

$DUM_AS_{i,t}$ = *Dummy* perangkat lunak akuntansi yang merupakan variabel independen. Bernilai 1 jika perusahaan menggunakan perangkat lunak akuntansi dan bernilai 0 jika perusahaan tidak menggunakannya.

$DUM_EC_{i,t}$ = *Dummy e-commerce* yang merupakan variabel independen. Bernilai 1 jika perusahaan menggunakan *e-commerce* dan bernilai 0 jika tidak menggunakannya.

$LNTA_{i,t}$ = Variabel *control* sebagai indikator ukuran usaha (*firm size*)

$TL_{i,t}$ = Variabel *control* sebagai indikator (*firm size*)

$e_{i,t}$ = Kesalahan atau *error*

3.5.2 Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan data panel, karena membandingkan data perusahaan antartahun dan antarperusahaan. Data panel merupakan jenis data yang mengabungkan antara data runut waktu (*time series*) dan data seksi silang (*cross section*). Berdasarkan pengertian tersebut, maka data panel memiliki gabungan karakteristik dari kedua jenis data tersebut, yaitu terdiri atas beberapa objek dan meliputi beberapa periode waktu. Data panel sangat berguna karena dapat memungkinkan peneliti menghasilkan hasil pengujian statistik yang tidak didapat jika hanya menggunakan *cross section* maupun *time series*.

Menurut Gujarati (2003), data panel memiliki beberapa kelebihan, jika dibandingkan dengan *cross section* maupun *time series*, antara lain:

1. *Heterogeneity*
2. Lebih *informative*, bervariasi dengan *degree of freedom* yang lebih besar dan lebih efisien
3. Menghindari masalah multikolinearitas
4. Lebih unggul dalam mempelajari perubahan yang dinamis
5. Lebih dapat mendeteksi dan mengukur pengaruh-pengaruh yang tidak dapat diobservasi pada *cross-section* murni atau *time series* murni.
6. Dapat digunakan untuk mempelajari *behavioral model*
7. Meminimalisasi bias

Untuk mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan, yaitu *Pooled Least Square (PLS)*, *Fixed Effect Model (FEM)* dan *Random Effect Model (REM)*.

3.5.2.1 Pendekatan Kuadrat Terkecil atau *Pooled Least Square (PLS)*

Merupakan pendekatan yang paling sederhana dalam pengolahan data panel. Metode ini menggunakan metode kuadrat terkecil biasa yang diterapkan dalam data yang berbentuk *pooled*.

Dengan mengasumsi komponen *error* dalam pengolahan kuadrat terkecil biasa, dapat dilakukan proses estimasi secara terpisah untuk setiap unit *cross section*.

3.5.2.2 Pendekatan Efek Tetap atau *Fixed Effect Model* (FEM)

Untuk memungkinkan terjadinya perubahan-perubahan dalam *intercept* dari unit *cross section* dan *time series*, maka digunakanlah variabel *dummy* sehingga akan terjadi perbedaan nilai parameter, baik atas unit *cross section* maupun *time series*. Pendekatan yang paling sering dilakukan adalah dengan mengizinkan *intercept* bervariasi antar unit *cross section* namun tetap mengasumsikan bahwa slope koefisien adalah konstan antar unit *cross section*. Pendekatan ini dikenal dengan sebutan model efek tetap (*fixed effect model*).

Namun jika unit *cross section* ini besar, penggunaan model akan mengurangi derajat kebebasan yang pada akhirnya akan mengurangi efisiensi dari parameter yang diestimasi.

3.5.2.3 Pendekatan Efek Acak atau *Random Effect Model* (REM)

Pada pendekatan efek tetap terjadi suatu *trade-off* dimana dengan dimasukkannya *dummy variable* akan berdampak pada penurunan efisiensi dari parameter yang diestimasi sebab jumlah *degree of freedom* yang semakin kecil. Karena itulah muncul pendekatan ketiga dalam pengolahan data panel yaitu pendekatan efek acak atau *random effect*.

REM adalah jenis data panel yang menggunakan residual atau error untuk membedakan efek atau individu atau periode, sehingga *intercept* persamaan merupakan rata – rata *intercept* dari seluruh observasi. Karena menggunakan komponen error maka model ini disebut juga dengan model komponen error (*Error Component Model*). Untuk estimasi, jenis data panel ini menggunakan *Generalized Least Square (GLS)*. Model ini mengasumsikan bahwa *intercept* dari *individual effect* terdistribusi secara acak dengan nilai rata-rata yang konstan (Nachrowi dan Usman, 2006).

Dengan menggunakan model efek acak ini, maka dapat menghemat pemakaian *degree of freedom* dan tidak mengurangi jumlahnya seperti yang dilakukan pada model efek tetap. Hal ini berakibat pada parameter yang merupakan hasil estimasi akan menjadi semakin efisien.

Untuk menentukan model data panel yang dipilih, diperlukan pengujian dalam beberapa tahap, yaitu :

1. *Chow Test*, untuk memilih antara *PLS* dan *FEM*
2. *Hausman Test*, untuk memilih antara *FEM* dan *REM*

Dalam melakukan uji *Chow* untuk menentukan model yang akan dipilih antara *PLS* dan *FEM*, digunakan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : *Pooled Least Squared (PLS) Model*

H_1 : *Fixed Effect Model (FEM)*

Jika probabilitas F-statistik kurang dari atau lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%), maka tolak H_0 . Maka dengan demikian, model yang digunakan adalah *FEM* atau *Fixed Effect Model*.

Setelah dilakukan uji *Chow*, maka dilanjutkan dengan melakukan uji *Hausman*. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : *Random Effect Model (REM)*

H_1 : *Fixed Effect Model (FEM)*

Nilai yang harus diperhatikan dalam uji *Hausman* ini adalah nilai probabilitas dari *chi-square*. Jika nilai probabilitas *chi-square* lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%), maka tolak H_0 . Ini berarti model regresi yang digunakan adalah *Fixed Effect Model*.

Keunggulan dari pendekatan efek tetap adalah *FEM* dapat membedakan efek individual dan efek waktu, dan *FEM* tidak perlu mengasumsikan bahwa komponen error tidak memiliki korelasi dengan variabel bebas yang mungkin sulit dipenuhi. Sedangkan keunggulan pendekatan efek acak adalah bahwa *REM*

mempunyai parameter lebih sedikit sehingga derajat kebebasannya lebih besar dibandingkan dengan *FEM* (Nachrowi dan Usman, 2006).

Pemilihan *FEM* atau *REM* juga dapat dilakukan dengan pertimbangan tujuan analisis, atau ada pula kemungkinan data yang digunakan sebagai dasar pembuatan model hanya dapat diolah oleh salah satu metode saja akibat berbagai persoalan teknis matematis yang melandasi perhitungan. Berikut ini jalan tengah pemilihan pendekatan menurut para ahli ekonometri (Nachrowi dan Usman, 2006):

1. Apabila jumlah individu lebih besar dari jumlah koefisien termasuk *intercept*, maka disarankan untuk menggunakan *REM*.
2. Apabila jumlah waktu (T) lebih besar dibandingkan dengan jumlah individu (N), maka disarankan untuk menggunakan *FEM*.
3. Apabila jumlah individu (N) lebih besar dibandingkan dengan jumlah waktu (T) maka disarankan menggunakan *REM*.

3.6 Uji Analisis Deskriptif

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran tentang data, yang meliputi penghitungan rata-rata, median, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mendapatkan model penelitian yang valid dan dapat digunakan untuk melakukan estimasi. Hasil estimasi tersebut harus bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik yang dilakukan antara lain uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji autokorelasi. Secara singkat, menurut Gujarati (2003) hasil dari estimasi yang bersifat BLUE adalah:

1. Efisien, artinya nilai estimasi memiliki varians yang minimum dan tidak bias.
2. Tidak bias, artinya hasil nilai estimasi sesuai dengan parameter.

3. Konsisten, artinya jika ukuran sampel ditambah tanpa batas maka nilai hasil estimasi akan mendekati parameter populasi yang sebenarnya.
4. *Intercept* akan memiliki nilai distribusi normal.
5. Koefisien regresi akan memiliki distribusi normal.

3.7.1 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan pengujian pertama dan merupakan asumsi pertama yang harus dipenuhi pada model regresi linear klasik. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk memastikan bahwa tidak adanya variansi yang sama. Jika asumsi ini tidak dipenuhi maka estimator pada model regresi yang digunakan tidak berada pada kondisi minimum varians yang dapat menyebabkan varians koefisien regresi cenderung akan lebih besar, yang menyebabkan uji hipotesis, baik Uji-*t* maupun Uji-*F* menjadi tidak akurat dan kesimpulan atau interpretasi yang diambil menjadi salah (*misinterpretation*).

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola titik-titik pada *scatter plot*. Titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu menunjukkan bahwa tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas. Selain itu, juga dapat digunakan uji *White Heteroskedasticity Test*. Hipotesis dari penelitian ini adalah :

H_0 : Tidak ada heteroskedastisitas

H_1 : Ada heteroskedastisitas

Apabila nilai probabilitas dari $Obs \cdot R_2$ lebih kecil dari tingkat $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak sehingga disimpulkan bahwa model regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Sedangkan apabila nilai $Obs \cdot R_2$ lebih besar dari tingkat $\alpha = 5\%$, maka H_0 tidak ditolak, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi adalah bersifat homokedastis. Menurut Nachrowi dan Usman (2006), heteroskedastisitas dapat diatasi dengan beberapa cara :

1. Penggunaan *Generalized Least Square* (GLS)
2. Transformasi model dengan $1/X_j$, $1/\sqrt{X_j}$ atau $E(Y_i)$
3. Transformasi dengan logaritma

Gejala heteroskedastisitas juga dapat dihilangkan dengan *treatment White Heteroskedasticity Consistent Variance and Standard Error* (Gujarati, 2003). *Treatment* ini tersedia pada program *Eviews*. Pengujian heteroskedastisitas ini berlaku untuk model *Pooled Least Square* dan *Fixed Effects*, sedangkan untuk model *Random Effect* tidak diperlukan pengujian heteroskedastisitas, karena pendekatan model *Random Effect* telah menggunakan *Generalized Least Square* yang dianggap telah dapat langsung *men-treatment* permasalahan dari heteroskedastisitas.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan suatu kondisi dimana terdapat satu atau lebih hubungan linier diantara beberapa variabel bebas pada model regresi (Gujarati, 2003). Multikolinearitas dapat dideteksi jika koefisien determinan (R^2) sangat tinggi namun koefisien regresi parsial (r^2) sangat kecil ketika dilakukan uji t. Pengujian multikolinearitas juga dapat dilakukan melalui pengujian *correlation matriks* menggunakan *software E-views*.

Masalah multikolinearitas dapat diatasi dengan melakukan transformasi data, menghilangkan salah satu variabel yang tidak signifikan atau dengan membiarkannya saja (Gujarati, 2003). Dikatakan dalam Gujarati (2003), dengan tingkat multikolinearitas yang tinggi, permodelan regresi tetap memegang asumsi dari BLUE. Tetapi lebih lanjut dijelaskan, jika menggunakan *fixed effect*, maka diasumsikan bahwa komponen error tidak berkorelasi dengan variabel bebas (Gujarati, 2003).

Pelanggaran asumsi ini dapat dihilangkan dengan cara:

1. Menghilangkan variabel independen yang menjadi penyebab multikolinearitas.
2. Mengubah bentuk model ekonometrik.
3. Menambah atau mengurangi data.
4. Mentransformasi variabel independen.

3.7.3 Uji Autokorelasi

Pengujian ini untuk memberikan asumsi bahwa residual dari suatu observasi tidak saling berkorelasi dengan residual pada observasi lain. Adanya korelasi antar observasi akan menyebabkan timbulnya autokorelasi. Dampaknya adalah estimasi *standard error* dan varians koefisien regresi yang didapat akan menjadi bias, dan menyebabkan koefisien signifikansi atau R^2 yang besar. Kondisi ini disebut *spurious regression* atau regresi palsu yang bisa mengacaukan interpretasi (Nachrowi dan Usman, 2006).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dalam data panel, dapat dilakukan dengan cara uji *Durbin-Watson* (Nachrowi dan Usman, 2006). Uji Durbin-Watson merupakan salah satu uji yang paling banyak digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi. Jika nilai statistik Durbin-Watson berada diantara 1.54 hingga 2.46, dapat dikatakan tidak ada autokorelasi, dan bila nilai d ada diantara 0 hingga 1,10 dapat disimpulkan bahwa data mengandung autokorelasi positif. Demikian seterusnya. Statistik d Durbin-Watson dapat digambarkan sebagai berikut:

Tolak H_0 , berarti ada autokorelasi positif	Tidak dapat diputuskan	Tidak menolak H_0 , berarti tidak ada autokorelasi	Tidak dapat diputuskan	Tolak H_0 , berarti ada autokorelasi negatif
d_L	d_u	2	$4-d_u$	$4-d_L$
1,10	1,54		2,46	2,90

Gambar 3.2 Statistik d Durbin-Watson

Sumber: Winarno (2011)

Cara mengatasi masalah autokorelasi adalah dengan menggunakan metode *First Difference* dan *First Order Autoregressive* atau AR(1).

3.8 Uji Signifikansi

Setelah dilakukan pengujian pelanggaran asumsi klasik regresi, langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis penelitian dengan melakukan beberapa

Universitas Indonesia

pengujian statistik, yaitu pengujian koefisien determinasi, pengujian signifikansi model keseluruhan dan pengujian signifikansi parsial. Pengujian koefisien determinasi (*Goodness of Fit*) menggunakan R^2 dan *Adjusted-R²* sebagai parameternya. Nilai R^2 dan *Adjusted-R²* menunjukkan tingkat keberhasilan variabel – variabel independen di dalam suatu model regresi dapat menjelaskan variabel dependennya. Nilai tersebut menunjukkan seberapa dekat garis regresi yang diestimasi dengan data yang sesungguhnya. Nilai R^2 dan *Adjusted-R²* berada dalam kisaran nol hingga satu. Semakin tinggi nilai R^2 dan *Adjusted-R²*, maka model regresi yang digunakan semakin baik menjelaskan keberadaan yang sebenarnya. Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan *Adjusted-R²* untuk mengukur koefisien determinasi dikarenakan nilainya lebih tepat (Nachrowi dan Usman, 2006).

Pengujian signifikansi model keseluruhan menggunakan distribusi F sebagai parameternya. Nilai probabilitas-F menunjukkan tingkat signifikansi model regresi secara keseluruhan untuk menjelaskan hasil suatu penelitian.

Pengujian statistik selanjutnya adalah uji t yang dilakukan untuk melihat signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi dengan mengasumsikan variabel independen lainnya adalah konstan. Nilai probabilitas-t dapat diukur pada tingkat signifikansi dengan *alpha* 1%, 5%, 10%.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan disajikan karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dan proses analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis yang telah diajukan pada bab-bab sebelumnya.

4.1 Karakteristik Responden

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebar kepada calon responden yang menjadi sampel dari populasi UMKM di Jabodetabek melalui dua media:

1. *Hardcopy* yang diberikan langsung kepada pemilik/pengelola dari UMKM didapat 16 responden yang valid.
2. Melalui *e-questionnaire* didapatkan 14 responden yang valid.

Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah **30 sampel**. Pada subbab berikutnya akan dijelaskan mengenai karakteristik responden yang berhubungan dengan penelitian ini di antaranya lokasi usaha, skala usaha, jumlah pegawai, pengguna sistem informasi akuntansi, dan pengguna *e-commerce*.

4.1.1 Lokasi Usaha

Tabel 4.1 Presentase Lokasi Usaha

Lokasi	Frekuensi	Presentase
Jakarta	7	23,33%
Bogor	4	13,33%
Depok	2	6,67%
Tangerang	7	23,33%
Bekasi	10	33,33%
Total	30	100,00%

Bedasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat lokasi persebaran data yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Responden terbanyak berada di Bekasi dan yang

paling sedikit berada di Bogor. Gambaran responden berdasarkan lokasi usaha lebih jelas terlihat pada gambar 4.1 di bawah ini:



Gambar 4.1 Gambaran responden berdasarkan lokasi usaha

4.1.2 Skala Usaha

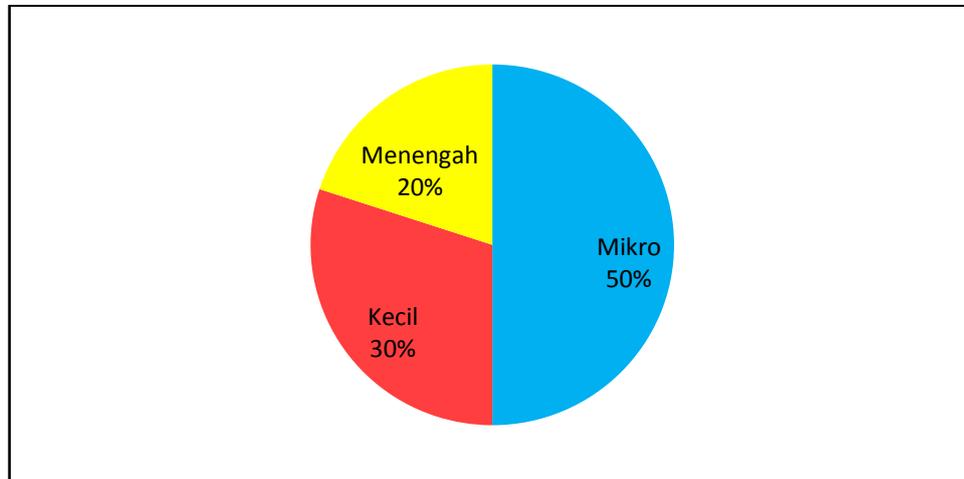
Skala usaha ditentukan berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, menurut UU tersebut kriteria dapat ditentukan berdasarkan total aset atau total penjualan setahun. Berdasarkan hasil yang didapatkan melalui kuesioner, gambaran responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Presentase Skala Usaha

Skala Usaha	Frekuensi	Presentase
Mikro	15	50%
Kecil	9	30%
Menengah	6	20%
Total	30	100%

Dari 30 responden yang disurvei, terdapat 15 responden (50%) yang memiliki skala usaha mikro, terdapat 9 responden (30%) yang memiliki skala usaha kecil, dan terdapat 6 responden (20%) yang memiliki aset antara 500 juta dan 10 miliar.

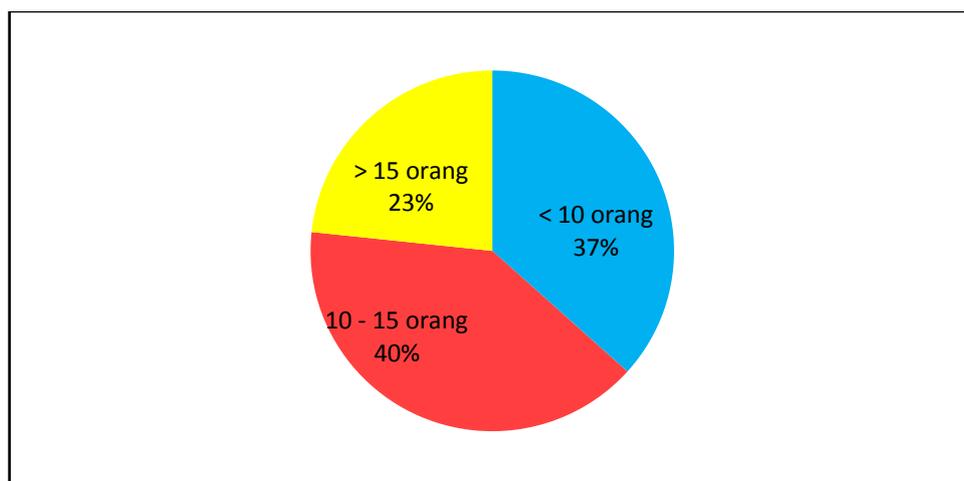
Gambaran responden berdasarkan skala usaha lebih jelas terlihat pada gambar 4.2 di bawah ini:



Gambar 4.2 Gambaran responden berdasarkan skala usaha

4.1.3 Jumlah Pegawai

Gambaran jumlah karyawan dapat dilihat pada gambar 4.3. Pada gambar tersebut terlihat bahwa sebagian besar responden, yaitu sebanyak 37% adalah perusahaan yang memiliki karyawan kurang dari 10 orang. Sementara sebanyak 40% adalah



Gambar 4.3 Gambaran responden berdasarkan jumlah pegawai

perusahaan yang memiliki karyawan antara 10-15 orang dan yang memiliki presentase terendah adalah perusahaan yang memiliki lebih dari 15 orang yaitu hanya sebesar 6% saja.

4.1.4 Pengguna Perangkat Lunak Akuntansi

Penelitian ini berfokus pada pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sehingga sangatlah penting untuk mengetahui berapa pengguna perangkat lunak akuntansi dalam yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.



Gambar 4.4 Gambaran responden berdasarkan pengguna perangkat lunak akuntansi

Bedasarkan gambar 4.4 di atas dapat dilihat bahwa UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi lebih sedikit dari pada yang tidak menggunakan. Faktor-faktor yang menjadi penyebab tidak digunakannya perangkat lunak akuntansi adalah sebagai berikut:

1. Kurang mengerti dengan *software* akuntansi
2. Tidak memiliki tenaga SDM yang memadai
3. Sudah merasa nyaman dengan proses yang ada saat ini
4. Fitur-fitur yang ada di dalam *software* akuntansi tidak sesuai dengan perusahaan

5. Fitur-fitur yang ada di dalam *software* akuntansi terlalu kompleks
6. Transaksi yang terjadi tidak terlalu banyak sehingga masih bisa ditangani secara manual
7. Biaya dalam pengadaan *software* terasa lebih besar daripada manfaat yang ditawarkan.

4.1.5 Pengguna *E-commerce*

Selain pengguna perangkat lunak akuntansi, penting juga untuk mengetahui pengguna *e-commerce* dalam penelitian ini. Berikut ini adalah gambaran mengenai pengguna *e-commerce* dalam penelitian ini:



Gambar 4.5 Gambaran responden berdasarkan pengguna *e-commerce*

Bedasarkan gambar 4.5 di atas dapat dilihat bahwa UMKM yang menggunakan *e-commerce* lebih banyak dari pada yang tidak menggunakan. Adapun faktor-faktor yang menjadi penyebab tidak digunakannya *e-commerce* dalam proses bisnis UMKM adalah sebagai berikut:

1. Tidak memiliki tenaga SDM di bidang TI (Teknologi Informasi)
2. Tidak memiliki strategi bisnis melalui internet
3. Kurang bermanfaat bagi perusahaan
4. Tidak percaya dengan keamanan transaksi elektronik
5. Tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan

4.2 Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif atas model pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) digunakan untuk melihat persebaran data atas variabel dependen, independen dan kontrol yang digunakan dalam penelitian ini. Sebelum melakukan pengujian hipotesis perlu dilakukan terlebih dahulu analisis statistik deskriptif. Analisis ini diperlukan untuk mengetahui karakteristik dari masing-masing variabel yang diuji dalam penelitian ini. Karakteristik tersebut meliputi nilai *mean*, *median*, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi. Berikut tabel statistik deskriptif untuk setiap variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif

	Mean	Median	Maximum	Minimum	Std. Dev.
ROA	1.588030	0.846873	7.680000	0.016667	1.926969
ROS	0.347883	0.316667	0.827586	0.021953	0.209174
DUM_AS	0.413793	0.000000	1.000000	0.000000	0.496814
DUM_EC	0.448276	0.000000	1.000000	0.000000	0.501661
LNTA	18.24109	17.81869	21.87067	15.42495	1.770885
TL	10.86207	10.00000	20.00000	1.000000	5.992534

Keterangan :

ROA = *Return on asset*

ROS = *Return on sales*

DUM_AS = *Dummy variable* penggunaan SIA

DUM_EC = *Dummy variable* penggunaan *e-commerce*

LNTA = *Natural logarithm of total asset*

TL = *Total labor* atau jumlah pegawai

Sumber : Output Eviews 6.0 "telah diolah kembali"

Tabel 4.3 memperlihatkan deskripsi secara statistik untuk semua variabel yang digunakan dalam model penelitian. Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program statistik pada Eviews versi 6.0.

Sampel memiliki rata-rata ROA sebesar 1.588030 atau 158.8% yang memiliki nilai tertinggi sebesar 7.680000 atau 768% dan nilai terendah sebesar 0.016667 atau 1.67%. Nilai median ROA menunjukkan 0.846873 atau 84.7% yang berarti 50% sampel menghasilkan ROA rata-rata kurang dari 84.7% dan 50% sampel lain memiliki ROA rata-rata lebih dari 84.7%.

Sampel memiliki rata-rata ROS sebesar 0.347883 atau 34.79% yang memiliki nilai tertinggi sebesar 0.827586 atau 82.76% dan nilai terendah sebesar 0.021953 atau 2.19%. Nilai median ROS menunjukkan 0.316667 atau 31.67% yang berarti 50% sampel menghasilkan ROS rata-rata kurang dari 31.67% dan 50% sampel lain memiliki ROS rata-rata lebih dari 31.67%.

Variabel penggunaan perangkat lunak akuntansi menggunakan *dummy variable* berdasarkan nilai tengah. Dimana UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi diberi angka “1” sedangkan untuk UMKM yang tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi diberi angka “0”. Berdasarkan data statistik deskriptif di tabel 4.3 memiliki rata-rata pengguna perangkat lunak akuntansi sebesar 0.413793 atau sebesar 41.38%. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata persentase pengguna perangkat lunak akuntansi yang dijadikan sebagai sampel masih dianggap rendah karena persentase pengadopsian hanya bernilai rata-rata sebesar 41.38%. Variabel DUM_AS ini memiliki nilai maksimum, minimum, dan median masing-masing sebesar 1, 0, dan 0.

Variable penggunaan *e-commerce* menggunakan *dummy variable* berdasarkan nilai tengah. Dimana UMKM yang menggunakan *e-commerce* diberi angka “1” sedangkan untuk UMKM yang tidak menggunakan SIA diberi angka “0”. Berdasarkan data statistik deskriptif di tabel 4.3 memiliki rata-rata penggunaan *e-commerce* sebesar 0.448276 atau sebesar 44.83%. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata persentase penggunaan *e-commerce* yang dijadikan sebagai sampel masih dianggap rendah karena persentase pengadopsian hanya bernilai rata-rata sebesar 44.83%. Variabel DUM_EC ini memiliki nilai maksimum, minimum, dan median masing-masing sebesar 1, 0, dan 0.

Firm size yang merupakan variabel control dalam penelitian ini diukur dengan LnTA memiliki *mean* dan median masing-masing sebesar 18.24109 dan 17.81869 dengan standar deviasi sebesar 1.770885 serta nilai minimum 15.42495 dan maksimum sebesar 21.87067. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata perusahaan sampel memiliki ukuran (*size*) yang relatif sama. Sementara itu, jumlah pegawai (TL) memiliki *mean* dan median masing-masing sebesar 10.86207 dan 10 dengan standar deviasi sebesar 5.992534 serta nilai minimum 1 dan maksimum sebesar 20.

4.3 Pemilihan Metode dan Model Estimasi

Dalam penelitian ini digunakan dua model, model tersebut adalah:

$$\text{Model 1: } ROA_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 DUM_AS_{i,t} + \beta_2 DUM_EC_{i,t} + \beta_3 LN TA_{i,t} + \beta_4 TL_{i,t} + e_{i,t}$$

$$\text{Model 2: } ROS_{i,t} = \alpha_{i,t} + \beta_1 DUM_AS_{i,t} + \beta_2 DUM_EC_{i,t} + \beta_3 LN TA_{i,t} + \beta_4 TL_{i,t} + e_{i,t}$$

Untuk memilih metode data panel yang akan digunakan, perlu dilakukan Uji Chow untuk memilih antara *Pooled Least Square* (PLS) atau *Fixed Effect Model* (FEM), serta Uji Hausman untuk memilih antara *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Berikut ini adalah hasil Uji Chow untuk kedua model yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.4 Uji Chow

Model	Effect Test	Prob.
1	Cross-section F	0.000000
2	Cross-section F	0.000000

Sumber: Output Eviews 6.0 “telah diolah kembali”

Nilai yang harus diperhatikan pada Uji Chow tersebut adalah nilai probabilitas dari F-Statistik. Untuk hipotesis yang digunakan dalam Uji Chow adalah:

H_0 : *Pooled Least Square* (PLS) Model

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai probabilistik F-statistik adalah lebih kecil dari tingkat signifikansi ($\alpha < 5\%$), maka tolak H_0 . Nilai probabilistik F-statistik untuk model 1 dan model 2 adalah 0.000000. Maka dengan demikian metode data panel yang tepat untuk digunakan pada kedua model tersebut adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Selanjutnya jika Uji Chow menyimpulkan untuk menggunakan model FEM, maka perlu dilakukan Uji Hausman untuk memilih antara *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM). Berikut ini adalah hasil Uji Hausman untuk kedua model yang digunakan dalam model ini.

Tabel 4.5 Uji Hausman

Model	Test Summary	Prob.
1	Cross-section	0.1779
2	Cross-section	0.0000

Sumber: Output Eviews 6.0 “telah diolah kembali”

Nilai yang harus diperhatikan dalam Uji Hausman adalah nilai probabilitas dari *chi-square*. Hipotesis yang digunakan dalam Uji Hausman adalah sebagai berikut:

H_0 : *Random Effect Model* (REM)

H_1 : *Fixed Effect Model* (FEM)

Jika nilai probabilitas *chi-square* lebih kecil dari tingkat signifikansi α (5%), maka tolak H_0 . Nilai probabilitas *chi-square* pada model pertama adalah 0.1779 dan model kedua adalah 0.0000, sehingga metode data panel yang tepat untuk digunakan pada model pertama adalah *Random Effect Model* (REM) sedangkan metode data panel yang tepat untuk digunakan pada model kedua adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

4.4 Uji Asumsi Klasik

Agar dihasilkan hasil estimasi dari model penelitian yang bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini antara lain uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

4.4.1 Uji Multikolineritas

Untuk melihat adanya multikolineritas di antara variabel-variabel independen dan kontrol, maka dapat digunakan *correlation matrix analysis* yang terdapat di dalam program *Eviews 6*. Jika terdapat nilai korelasi lebih besar dari 0.8, maka dapat dikatakan bahwa terdapat multikolineritas diantara variabel-variabel independen dan kontrol.

Tabel 4.6 berikut menunjukkan matriks korelasi di antara variabel-variabel independen dan kontrol. Hasilnya dapat dilihat bahwa **tidak ada nilai korelasi diatas 0.8**. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini, baik untuk model pertama atau model kedua (variabel independen dan kontrol yang digunakan dalam kedua model tersebut adalah sama) tidak terdapat adanya gejala multikolineritas.

Tabel 4.6 Matriks Korelasi Antar Variabel Independen dan Kontrol

	DUM_AS	DUM_EC	LNTA	TL
DUM_AS	1.000000	0.087383	0.077182	-0.009957
DUM_EC	0.087383	1.000000	-0.098449	0.125974
LNTA	0.077182	-0.098449	1.000000	0.309665
TL	-0.009957	0.125974	0.309665	1.000000

Sumber: Output Eviews 6.0 “telah diolah kembali”

4.4.2 Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi

Setelah melakukan uji multikolineritas, maka selanjutnya perlu untuk dilakukan uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Masalah heteroskedastisitas dan autokorelasi dapat diatasi dengan menggunakan metode *Generalized Least Square* (GLS) (Gujarati, 2003). Jika metode GLS digunakan, maka diasumsikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan autokorelasi.

Berdasarkan Uji Chow dan Uji Hausman, diperoleh kesimpulan bahwa model data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM) dan *Fixed Effect Model* (FEM)., yang termasuk salah satu metode *Generalized*

Least Square (GLS). Karena menggunakan REM dan FEM maka diasumsikan sudah tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan autokorelasi dalam model penelitian.

4.5 Uji Signifikansi

Berikut ini adalah tabel rangkuman hasil estimasi model pertama dan kedua dengan menggunakan *Random Effect Model* (REM) yang digunakan untuk melakukan analisis terhadap signifikansi model estimasi.

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Model 1

Variabel Dependen – ROA metode *Random Effect Model* (REM)

Variable	Hipotesis	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C		12.15123	4.686589	0.0000
DUM_AS?	+	1.052970	2.845217	*0.0031
DUM_EC?	+	-0.031374	-0.097210	0.4615
LNTA?		-0.568863	-3.850071	*0.0001
TL?		-0.054154	-1.199798	0.1177
Adj R-squared	0.299426			
F-statistic	7.304175			
Prob(F-statistic)	0.000086			

*signifikan pada $\alpha=1\%$ (*two-tailed*)

Sumber: Output Eviews 6.0 “telah diolah kembali”

Dari hasil regresi data panel model pertama dengan menggunakan REM yang ditunjukkan pada tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki nilai probabilitas F-statistik sebesar 0.000086 atau dibawah 1%, sehingga model yang digunakan adalah signifikan pada tingkat signifikansi 99%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi yang diukur dengan menggunakan *Adjusted-R²* pada model regresi adalah sebesar 0.299426. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam model tersebut dapat menjelaskan variabel ROA tersebut sebesar 29.94%, yang artinya 70.06% variasi pada variabel dependen dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model.

Hubungan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien dan p-value yang dihasilkan dari masing-masing variabel independen. Untuk variabel pertama, yaitu perangkat lunak akuntansi (DUM_AS) menghasilkan koefisien sebesar 1.052970. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif antara perangkat lunak akuntansi dan ROA. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0031 (p-value < 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak akuntansi secara signifikan dalam mempengaruhi ROA.

Nilai koefisien untuk variabel independen yang kedua, yaitu *e-commerce* (DUM_EC) adalah sebesar -0.031374. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat hubungan negatif antara *e-commerce* dan ROA. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.4615 (p-value > 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak signifikan dalam mempengaruhi ROA.

Untuk variabel kontrol, yaitu *natural logarithm of total assets* (LNTA) nilai koefisiennya adalah -0.568863 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan negatif antara *total asset* dan ROA. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0001 (p-value < 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *total asset* signifikan dalam mempengaruhi ROA.

Untuk variabel kontrol yang kedua, yaitu jumlah pegawai (TL) nilai koefisiennya adalah -0.054154 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan negatif antara jumlah pegawai dan ROA. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.1177 (p-

value > 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pegawai tidak signifikan dalam mempengaruhi ROA.

Dari hasil estimasi model regresi tersebut dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$ROA_{i,t} = 12.15123 + 1.052970 DUM_AS_{i,t} - 0.031374 DUM_EC_{i,t} - 0.568863 LNNTA_{i,t} - 0.054154 TL_{i,t} + e_{i,t}$$

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Model 2

Variabel Dependen – ROS metode *Fixed Effect Model* (FEM)

Variable	Hipotesis	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C		23.46035	3.590865	0.0013
DUM_AS?	+	4.039033	4.138224	*0.0001
DUM_EC?	+	0.308285	0.746328	0.2311
LNNTA?		0.437545	1.226401	0.1155
TL?		-1.293299	-3.596023	*0.0007
Adj R-squared	0.942370			
F-statistic	30.23575			
Prob(F-statistic)	0.000000			

*signifikan pada $\alpha=1\%$ (*two-tailed*)

Sumber: Output Eviews 6.0 “telah diolah kembali”

Dari hasil regresi data panel model kedua dengan menggunakan FEM yang ditunjukkan pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa model yang digunakan memiliki nilai probabilitas F-statistik sebesar 0.000000 atau dibawah 1%, sehingga model yang digunakan adalah signifikan pada tingkat signifikansi 99%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen yang digunakan dalam model secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Sedangkan untuk nilai koefisien determinasi yang diukur dengan menggunakan *Adjusted-R²* pada model regresi adalah sebesar 0.942370. Hal ini menunjukkan

Universitas Indonesia

bahwa variabel-variabel independen dalam model tersebut dapat menjelaskan variabel ROS tersebut sebesar 94.24%, yang artinya 5.76% variasi pada variabel dependen dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model.

Hubungan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien dan p-value yang dihasilkan dari masing-masing variabel independen. Untuk variabel pertama, yaitu perangkat lunak akuntansi (DUM_AS) menghasilkan koefisien sebesar 4.039033. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif antara perangkat lunak akuntansi dan ROS. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0001 ($p\text{-value} < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak akuntansi secara signifikan dalam mempengaruhi ROS.

Nilai koefisien untuk variabel independen yang kedua, yaitu *e-commerce* (DUM_EC) adalah sebesar 0.308285. Hal ini dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif antara *e-commerce* dan ROS. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.2311 ($p\text{-value} > 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak signifikan dalam mempengaruhi ROS.

Untuk variabel kontrol, yaitu *natural logarithm of total assets* (LNTA) nilai koefisiennya adalah 0.437545 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan positif antara *total asset* dan ROS. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.1155 ($p\text{-value} > 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa *total asset* tidak signifikan dalam mempengaruhi ROS.

Untuk variabel kontrol yang kedua, yaitu jumlah pegawai (TL) nilai koefisiennya adalah -1.293299 sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan negatif antara jumlah pegawai dan ROS. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0007 ($p\text{-value} < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pegawai signifikan dalam mempengaruhi ROS.

Dari hasil estimasi model regresi tersebut dapat dibentuk persamaan sebagai berikut:

$$ROS_{i,t} = 23.46035 + 4.039033 DUM_AS_{i,t} + 0.308285 DUM_EC_{i,t} \\ + 0.437545 LNTA_{i,t} - 1.293299 TL_{i,t} + e_{i,t}$$

4.6 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

4.6.1 Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi terhadap Kinerja Perusahaan

Variabel DUM_AS dalam hubungannya dengan ROA memiliki nilai koefisien sebesar 1.052970. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi positif antara penggunaan perangkat lunak akuntansi dan ROA. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0031 ($p\text{-value} < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak akuntansi secara signifikan mempengaruhi ROA. Hal ini telah sesuai dengan hipotesa penelitian dimana peneliti membuat hipotesa bahwa perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROA, dengan demikian hipotesa H₁ diterima.

Sedangkan variabel DUM_AS dalam hubungannya dengan ROS memiliki nilai koefisien sebesar 4.039033. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi positif antara penggunaan perangkat lunak akuntansi dan ROS. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.0001 ($p\text{-value} < 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa perangkat lunak akuntansi secara signifikan mempengaruhi ROS. Hal ini telah sesuai dengan hipotesa penelitian dimana peneliti membuat hipotesa bahwa perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROS, dengan demikian hipotesa H₂ diterima.

Salah satu responden yaitu KK yang bergerak di dalam bidang *wedding organizer* merasakan dampak positif yang dihasilkan dari penggunaan perangkat lunak akuntansi, baik ROA dan ROS meningkat setelah menggunakan perangkat lunak. Pada awal tahun 2010, KK belum menggunakan perangkat lunak akuntansi dikarenakan baru memulai usahanya, namun dipertengahan tahun 2010, KK mulai menggunakan *Microsoft Excel* dalam pencatatannya. Menurut responden, semenjak menggunakan perangkat lunak dalam pencatatannya, laporan mengenai

Universitas Indonesia

pendapatan dan pengeluaran menjadi lebih terkontrol dan mengurangi resiko kehilangan data.

Penelitian ini telah sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Kharrudin, Ashhari, dan Nassir (2010) yang mengungkapkan bahwa UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam kinerjanya dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan agar UMKM mengimplementasikan *accounting system* seperti MYOB, UBS dan sistem yang lainnya untuk membuat mereka lebih kompetitif dalam persaingan usaha.

Penelitian ini semakin menguatkan penelitian sebelumnya bahwa perangkat lunak akuntansi berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, baik yang diukur melalui ROA maupun ROS. Hal ini berarti penggunaan perangkat lunak akuntansi akan meningkatkan kinerja pada UMKM. Peningkatan ROA yang positif maka perusahaan tersebut berpeluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan modal sendiri. Hal ini dapat menjadi pertimbangan pengelola UMKM untuk menggunakan perangkat lunak akuntansi. Penggunaan perangkat lunak akuntansi dalam pencatatan UMKM dapat meminimalisir *human error* seperti salah menghitung, kehilangan atau kerusakan dokumen pencatatan, dan adanya duplikasi dalam pencatatan. Jika menggunakan perangkat lunak akuntansi, hal-hal tersebut akan diminimalisir, sehingga data keuangan yang disajikan menjadi lebih *reliable* dan akurat.

4.6.2 Pengaruh *E-commerce* terhadap Kinerja Perusahaan

Variabel DUM_EC dalam hubungannya dengan ROA memiliki nilai koefisien sebesar -0.031374. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi negatif antara penggunaan *e-commerce* dan ROA, dimana setiap kenaikan 1 (satu) satuan DUM_EC, maka akan menurunkan ROA sebesar 3.14%, dengan asumsi variabel lain adalah konstan. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.4615 (p-value > 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak signifikan dalam

mempengaruhi ROA. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesa penelitian dimana peneliti membuat hipotesa bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap ROA, dengan demikian hipotesa H₃ ditolak. Rumus ROA adalah $\frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$, sehingga pengaruh negatif bisa didapatkan dari penurunan *net income* atau kenaikan *total asset*. Menurut dugaan peneliti, pengaruh negatif tersebut dihasilkan dari kenaikan *total asset*. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap profit margin/ROS sebagaimana hasil dari model 2, oleh karena itu UMKM menambah persediaan mereka untuk mengantisipasi penjualan yang bertambah sehingga hal tersebut akan menambah *total asset* mereka dimana hal tersebut akan menurunkan ROA, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Steinfield dan Whitter (1999) yang mengungkapkan jika efisiensi yang dihasilkan melalui *e-commerce* berasal dari berkurangnya atau tidak adanya persediaan sehingga mengurangi *carrying cost*, berkurangnya atau tidak adanya ruang penyimpanan.

Salah satu responden yaitu RIJ, salah satu UMKM yang menggunakan *e-commerce* yang bergerak di dalam penjualan pakaian mengalami penurunan ROA. Pada akhir 2011, RIJ melakukan pembelian untukantisipasi penjualan yang akan meningkat pada awal dan pertengahan tahun 2012 dikarenakan pada tahun 2012 akan ada *event* sepak bola. Oleh karena itu, persediaan yang disimpan oleh RIJ meningkat dan peningkatan persediaan pakaian ini tidak diikuti dengan peningkatan laba karena laba dari hasil persediaan tersebut baru terealisasi pada tahun 2012, sehingga hal tersebut menurunkan ROA UMKM tersebut.

Namun, lain halnya dengan pengaruh *e-commerce* terhadap ROS. Variabel DUM_EC dalam hubungannya dengan ROS memiliki nilai koefisien sebesar 0.308285. Hal ini berarti bahwa terdapat korelasi positif antara penggunaan *e-commerce* dan ROS, dimana setiap kenaikan 1 (satu) satuan DUM_EC, maka akan menaikkan ROS sebesar 30.83%, dengan asumsi variabel lain adalah konstan. Nilai p-value dari variabel ini adalah 0.2311 (p-value > 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak signifikan dalam mempengaruhi ROS. Hal ini telah sesuai dengan hipotesa penelitian dimana peneliti membuat

hipotesa bahwa *e-commerce* berpengaruh positif terhadap ROS, dengan demikian hipotesa H₃ diterima.

Salah satu responden yaitu OS, salah satu UMKM di Jakarta yang menggunakan *e-commerce* yang bergerak di dalam penjualan dan pemesanan pakaian mengalami peningkatan ROS. Pada tahun 2010, UMKM ini belum menggunakan *e-commerce*, penjualan hanya dilakukan pada distro yang dimilikinya, namun pada tahun 2011, OS mulai melakukan penjualan melalui *internet*, dimulai dari membuka *thread* di Forum Jual Beli Kaskus hingga akhirnya memiliki *website e-commerce* sendiri. Penjualan yang dihasilkan juga meningkat. Menurut responden, semenjak menggunakan *e-commerce*, pesanan berasal dari berbagai daerah, berbeda dari sebelumnya yang hanya berasal dari daerah tempat usaha tersebut berkedudukan. Dalam kasus OS ini, penggunaan *e-commerce* dapat membuka pasar menjadi lebih luas.

Penelitian ini telah sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya antara lain penelitian yang dilakukan oleh Kraemer, Gibbs, dan Dedrick (2002) yang menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan. Penelitian lainnya mengenai hubungan antara *e-commerce* dan kinerja perusahaan dilakukan oleh Khan Dan Motiwalla (2002) menganalisa laporan keuangan dari 45 perusahaan terbuka di Amerika Serikat yang mengimplementasikan *e-commerce*. Hasil dari penelitian ini adalah sebagian besar sampel perusahaan mengalami kenaikan kinerja keuangan setelah mengimplementasikan *e-commerce* dalam proses bisnisnya.

Penelitian ini juga semakin menguatkan penelitian-penelitian sebelumnya bahwa *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan, jika diukur dengan ROS. Rumus ROS adalah $\frac{Net\ Income}{Net\ Sales}$, sehingga peningkatan dalam ROS dapat dicapai melalui memperbesar *net income* atau menurunkan *net sales*. Dalam konteks *e-commerce* ini, peningkatan ROS dicapai dengan memperbesar *net income*, hal ini terjadi dikarenakan *e-commerce* mengurangi biaya-biaya yang ada dalam proses penjualan contohnya biaya pemasaran. Model ekonomi berbasis

Universitas Indonesia

internet mengalami pertumbuhan yang lebih efisien pada *transaction cost level* (Benjamin Dan Wigand, 2000). Efisiensi lainnya berasal dari pemasaran dan iklan (Hoffmann et al., 1995). Eliminasi perantara (*middleman*) dalam saluran distribusi juga dapat memiliki dampak besar pada efisiensi pasar (Michalski, 1995). Walaupun *net sales* meningkat karena *e-commerce*, hal tersebut juga diimbangi dengan peningkatan ROS atau yang biasa disebut dengan *profit margin*.

4.7 Ikhtisar Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Tabel 4.9 Tabel Ringkasan Hasil Analisis Penelitian

Hipotesis	Variabel <i>Dependen</i>			
	ROA		ROS	
	Hasil	Pengaruh	Hasil	Pengaruh
Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROA	Tidak Tolak H ₁	Positif	–	–
Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif terhadap ROS	–	–	Tidak Tolak H ₂	Positif
<i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap ROA	Tolak H ₃	Negatif	–	–
<i>E-commerce</i> berpengaruh positif terhadap ROS	–	–	Tidak Tolak H ₄	Positif

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi para pengambil keputusan, yaitu untuk meningkatkan kerja UMKM dapat dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak akuntansi atau *e-commerce*.

Universitas Indonesia

BAB 5

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa dari keempat rumusan masalah yang dihipotesiskan, tiga hipotesis diterima dan satu hipotesis ditolak. Kesimpulan adalah sebagai berikut:

1. Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pada UMKM bila indikatornya adalah ROA.
2. Perangkat lunak akuntansi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pada UMKM bila indikatornya adalah ROS.
3. *E-commerce* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja pada UMKM bila indikatornya adalah ROA.
4. *E-commerce* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kinerja pada UMKM bila indikatornya adalah ROS.

Penggunaan perangkat lunak akuntansi memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM baik diukur melalui ROA maupun ROS. UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi memiliki kinerja yang lebih baik apabila dibandingkan dengan UMKM yang tidak menggunakan perangkat lunak akuntansi dalam menjalankan usahanya. UMKM yang menggunakan perangkat lunak akuntansi, lebih efisien dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh laba dan lebih efisien dalam memperoleh laba dari penjualannya. Hal ini dikarenakan berkurangnya *human error* yang biasanya sering terjadi pada pencatatan manual sehingga data yang dihasilkan lebih *reliable* dan akurat.

Penggunaan *e-commerce* dapat membawa dampak negatif dan positif. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatkan ROS. Peningkatan dalam ROS dapat dicapai melalui memperbesar *net income* atau menurunkan *net sales*. Dalam konteks *e-commerce* ini, peningkatan ROS dicapai dengan memperbesar *net*

income, hal ini terjadi dikarenakan *e-commerce* mengurangi biaya-biaya yang ada dalam proses penjualan contohnya biaya pemasaran. Walaupun *net sales* meningkat karena *e-commerce*, hal tersebut juga diimbangi dengan peningkatan ROS atau yang biasa disebut dengan *profit margin*. Selain itu, dampak negatif didapatkan dari kenaikan *total asset*. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap ROS, oleh karena itu UMKM menambah persediaan mereka untuk mengantisipasi penjualan yang bertambah sehingga hal tersebut akan menambah total aset mereka dimana hal tersebut akan menurunkan ROA.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian dan saran bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Jangka waktu yang digunakan dalam penelitian ini hanya dua tahun yang merupakan jangka waktu yang pendek untuk melihat pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan. Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat akan lebih baik jika dilakukan penambahan jangka waktu dalam penelitian.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada lingkup yang terbatas yaitu UMKM di Jabodetabek dengan sampel 30 responden dan dengan proporsi yang tidak sama pada setiap daerah. Agar hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang valid mengenai UMKM di Jabodetabek, maka sebaiknya sampel diambil secara proporsional dari setiap daerah tersebut. Selain itu, jumlah sampel juga sebaiknya diperbanyak sehingga seluruh kategori UMKM di seluruh Jabodetabek dapat lebih terwakili.
3. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* yaitu *convenience sampling*, hal ini dilakukan karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya, metode yang digunakan adalah *probability sampling* agar sampel lebih representatif sehingga generalisasi populasi lebih mungkin untuk dilakukan.

5.3 Saran

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa perangkat lunak akuntansi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pada UMKM. Oleh karena itu, para pelaku usaha sebaiknya mempertimbangkan dalam penggunaan perangkat lunak akuntansi dalam menjalankan bisnisnya. Penggunaan perangkat lunak akuntansi dapat membuat UMKM lebih efisien dalam menggunakan asetnya untuk memperoleh laba dan lebih efisien dalam memperoleh laba dari penjualannya.

Selain itu, penelitian ini membuktikan bahwa *e-commerce* dapat memberikan pengaruh negatif terhadap ROA, namun di sisi lain *e-commerce* juga memberikan pengaruh positif terhadap ROS. Oleh karena itu, para pelaku usaha sebaiknya menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya karena dalam UMKM penjualan adalah nomor satu. Jika menggunakan *e-commerce*, pasar mereka dapat lebih luas sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

DAFTAR REFERENSI

- Bank Indonesia. (2011). *Kajian Akademik Pemeringkat Kredit Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: Author.
- Benjamin, & Wigand. (1995). Electronic Markets and Virtual Value Chains on the Information Superhighway. *Sloan Management Review* , 62-72.
- Beveren, J. V., & Thomson, H. (2002). The use of electronic commerce by SMEs in Victoria, Australia. *Journal of Small Business Management* , XL (3), 250-253.
- Boonmark, S. (2008). *Strategically Involved, Accounting Information Systems Change the Way Business Compete*. Chulalongkorn University, Faculty of Commerce and Accountancy.
- Daulay, M.S. (2007). *Mengenal Hardware-Software dan Pengelolaan Instalasi Komputer*. Yogyakarta: Andi.
- Dewi, N. (2009). *Best Practice Restrukturisasi Kredit UMKM*. February 3, 2009. Universitas Padjajaran, Pusat Pengembangan Akuntansi Fakultas Ekonomi. <http://repository.unpad.ac.id/handle/123456789/248>
- Grande, E. U., Estébanez, R. P., & Colomina, C. M. (2011). The impact of Accounting Information Systems (AIS) on performance measures: empirical evidence in Spanish SMEs. *The International Journal of Digital Accounting Research* , XI, 25-43.
- Gujarati, D.N. (2003). *Basic Econometrics* (4th ed.). The McGraw-Hill Companies
- Haag, S., & Cummings, M. (2009). *Information Systems Essentials* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Ismail, N. A., & King, M. (2007). Factors Influencing the Alignment of Accounting Information Systems in Small and Medium Sized Malaysian Manufacturing Firms. *Journal of Information Systems and Small Business* , I (1-2), 1-20.
- Khan, M. R., & Motiwalla, L. (2002). The influence of E-commerce initiatives on corporate performance: An empirical investigation in the United States. *International Journal of Management* , XIX (3), 503-510.
- Kharuddin, S., Ashhari, Z. M., & Nassir, A. M. (2010). Information System and Firms' Performance: The Case of Malaysian Small Medium Enterprises. *International Business Research* , III (4), 28-35.

Kraemer, K. L., Gibbs, J., & Dedrick, J. (2002). *Impacts of Globalization on E-Commerce Adoption and Firm Performance: A Cross-Country Investigation*. Irvine: University of California.

Kristiyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Laudon, K.C., & Laudon, J.P. (2011). *Management Information Systems: Managing the Digital Firm* (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Lesjak, D., S. Bobek, and J. Glogovsek. (1995). *Information Technology Management In Small Firms: The Slovenian Case*. Focus: Information Technology. Efm Forum 95/1.

Maksoud, S.S.A., & Youssef, M.A.A. (2003). *Information and Communication Technology for Small and Medium Enterprises in Egypt (Case Study)*. Cairo: SME Development Unit Ministry of Foreign Trade Egypt.

Malano, H. (2011). *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Marriot, N., & Marriot, P. (2000). Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: Barriers and possibilities. *Management Accounting Research*, XI, 475-492.

Mia, L. (1993). The role of MAS information in organisations: an empirical study. *British Accounting Review*, XXV, 269-285.

Munthe, Mulia Ginting. (2010, July 23). 20% UMKM Ditargetkan E-commerce: Kemenkop Gandeng Ritel Pasarkan Produk Usaha Kecil. *Bisnis Indonesia*.

Naranjo-Gil, D. (2004). The Role of Sophisticated Accounting System in Strategy Management. *The International Journal of Digital Accounting Research*, IV (8), 125-144.

O'Brien, J.A., & Marakas, G.M. (2011). *Management Information Systems* (10th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

Pressman, R.S. (2005). *Software Engineering: A Practitioner's Approach* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.

Rainer, R.K., & Cegielski, C.G. (2011). *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Business* (3rd ed.). United States: John Wiley & Sons.

Republik Indonesia. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

Romney, M.B., & Steinbart, P.J. (2011). *Accounting Information System* (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Roscoe, J.T. (1975). *Fundamental Research Statistic for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). New York: Holt, Rinehart, and Winston.

Rusady, R. (2004). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Saeed, K. A., Grover, V., & Hwang, Y. (2005). The Relationship of E-Commerce Competence to Customer Value and Firm Performance: An Empirical Investigation. *Journal of Management Information Systems* , XXII (1), 223-256.

Senn, J. (2000). Business-to-Business E-Commerce. *Information System Management* , 23-32.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2009). *Research Method For Business: A Skill-Building Approach* (5th ed.). United Kingdom: John-Wiley & Sons, Inc.

Siregar, A. R. (2009). Penggunaan Sistem dan Teknologi Informasi untuk Usaha Kecil dan Menengah. *USU e-Journal (UJ)* , XI (2 Oktober 2005).

Subanar, H. (1995). *Manajemen Usaha Kecil* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Sutaryo. (2004). Pengaruh Karakteristik Inovasi terhadap Adopsi Tekonologi Internet oleh UMKM. *Jurnal ekonomi dan Keuangan* , II (2), 290.

Universitas Indonesia. (2008). *Pedoman Teknik Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa Universitas Indonesia*. Depok: Universitas Indonesia.

Winarno, Wing Wahyu. (2011). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan EViews* (3rd ed.). Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta

www.depkop.go.id

www.disperindag-kotasemarang.com/direktori/data-e-commerce/adi-priyatna.html

www.infoUMKM.wordpress.com/2008/08/11/definisi-dan-kriteria-UMKM-menurut-lembaga-dan-negara-asing/

www.internetworldstats.com

www.semioCast.com

www.worldbank.org

Yeunyong, W. (n.d.). Causes and Consequences of AIS Effectiveness in Manufacturing Firms: Evidence from Thailand.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian:

1. Total halaman dalam kuesioner ini ada 7 halaman.
2. Kuesioner ini terbagi menjadi empat bagian: profil perusahaan UMKM, sistem informasi akuntansi, *e-commerce*, dan kinerja perusahaan.
3. Isilah seluruh pertanyaan yang ada di dalam kuesioner ini dan jangan sampai ada yang terlewatkan.
4. Isilah titik-titik pada tempat yang tersedia dan berilah tanda silang (X) atau *checklist* (√) pada kolom yang disediakan

BAGIAN 1: PROFIL PERUSAHAAN UMKM

Kategori Usaha (bisa dilihat dari total aset bersih atau penjualan tahunan):

	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
Aset Bersih	≤ 50 juta	50 – 500 juta	> 500 juta – 10M
Penjualan Tahunan	≤ 300 juta	300 juta – 2,5M	> 2,5M – 50M
Usaha Anda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nama perusahaan :

Alamat :

Telp :

Email :

Jenis Usaha : Sektor Industri dan Perdagangan
 Sektor Pertanian dan Peternakan
 Sektor Kelautan dan Perikanan
 Sektor Kehutanan
 Sektor Energi dan Sumber Daya Mineral
 Sektor Perhubungan
 Sektor Telekomunikasi
 Sektor Kesehatan
 Lainnya:

Produk utama :

Jumlah pegawai : orang

Lama usaha : tahun

BAGIAN 2: SISTEM INFORMASI AKUNTANSI

1. Apakah perusahaan Anda menerbitkan laporan keuangan?
 Ya Tidak
Bila Anda menjawab "Tidak", maka teruskan ke pertanyaan no. 3
2. Siapakah pengguna laporan keuangan Anda? Jawaban boleh lebih dari satu.
 Manajemen perusahaan
 Investor
 Pemberi pinjaman
 Bank
 Pemerintah (Perpajakan)
 Supplier
 Lainnya:

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

3. Bagaimana proses pencatatan akuntansi Anda?
- Manual
 Terkomputerisasi
4. Apakah perusahaan Anda menggunakan *software* akuntansi?
- Ya
 Tidak
 Hanya menggunakan *Microsoft Excel*
Bila Anda menjawab "Tidak" atau "Hanya menggunakan Microsoft Excel", maka teruskan ke pertanyaan no. 8
5. *Software* akuntansi apa yang Anda gunakan?
-
.....
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan *software* tersebut?
- < 1 tahun
 1 tahun - 5 tahun
 6 tahun - 10 tahun
 > 10 tahun
7. Apakah Anda merasa bahwa kinerja dan proses bisnis Anda meningkat setelah menggunakan *software* tersebut?
- Ya Tidak
8. Sebutkan alasan-alasan mengapa perusahaan Anda tidak menggunakan *software* akuntansi? Jawaban boleh lebih dari satu.
- Kurang mengerti dengan *software* akuntansi
 Tidak memiliki tenaga SDM yang memadai
 Sudah merasa nyaman dengan proses yang ada saat ini
 Fitur-fitur yang ada di dalam *software* akuntansi tidak sesuai dengan perusahaan
 Fitur-fitur yang ada di dalam *software* akuntansi terlalu kompleks
 Transaksi yang terjadi tidak terlalu banyak sehingga masih bisa ditangani secara manual
 Biaya dalam pengadaan *software* terasa lebih besar daripada manfaat yang ditawarkan.
 Lainnya:
-

BAGIAN 3: E-COMMERCE

1. Apakah perusahaan Anda memanfaatkan internet sebagai media *e-commerce*?
- Ya Tidak
Bila Anda menjawab "Tidak", maka teruskan ke pertanyaan no. 10
2. Sebutkan produk apa yang Anda jual melalui *e-commerce*?
-
3. Sudah berapa lama perusahaan Anda melakukan penjualan melalui *e-commerce*?
- < 1 tahun
 1 tahun - 5 tahun
 6 tahun - 10 tahun
 > 10 tahun

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

4. Media *internet* apa yang Anda gunakan dalam *e-commerce*? Dan sebutkan alamatnya. Jawaban boleh lebih dari satu.
- Website sendiri:
 - Social network* seperti Facebook:
 - Melalui situs *online shopping* dengan konsep *multi channel retailer* seperti .. tokobagus, tokopedia, berniaga, dll
 - Kaskus:
 - Lainnya:
5. *Customer* siapa saja yang Anda layani dalam *website* Anda?
- Customer* dalam negeri
 - Customer* dalam negeri dan luar negeri
6. Bagaimana pengelolaan *website* pada perusahaan Anda?
- Dikelola sendiri oleh staf perusahaan
 - Dikelola sendiri dengan dibantu oleh tenaga ahli TI
 - Dikerjakan oleh tenaga dari luar/*outsourcing*
7. Berapa jumlah rata-rata per bulan pengunjung *website* perusahaan Anda?
- < 1.000 pengunjung
 - 1.000 – 10.000 pengunjung
 - 10.000 – 100.000 pengunjung
 - > 100.000 pengunjung
8. Sebutkan status pemanfaatan *website* pada perusahaan Anda.
- Web Present*: *Website* yang hanya mempromosikan produk
 - Website* Interaktif: *Website* yang dilengkapi sarana interaksi antara pembaca dan pengelola *website*
 - Website* Transaksi: *Website* yang dilengkapi dengan penawaran, pembelian sampai dengan pembayaran
 - Website* Integrasi: *Website* yang menampilkan penawaran, pembelian, pembayaran dan integrasi dengan *back office*.
9. Metode pembayaran apa yang Anda gunakan dalam melakukan penjualan secara elektronik (*e-commerce*)? Jawaban boleh lebih dari satu.
- Transfer melalui Bank
 - Kartu kredit
 - Cash on Delivery* / Dibayarkan setelah barang di terima
 - Paypal
 - Lainnya:
10. Sebutkan alasan-alasan mengapa perusahaan Anda tidak memanfaatkan *internet* sebagai media *e-commerce*? Jawaban boleh lebih dari satu.
- Tingginya biaya koneksi *internet*
 - Tidak memiliki tenaga SDM di bidang TI (Teknologi Informasi)
 - Tidak memiliki strategi bisnis melalui *internet*
 - Kurang bermanfaat bagi perusahaan
 - Tidak percaya dengan keamanan transaksi elektronik
 - Tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan
 - Lainnya:

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

BAGIAN 4: KINERJA PERUSAHAAN

Bagian ini merupakan bagian terakhir dalam penelitian ini. Kinerja perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan perusahaan. Di bawah ini terdapat dua tabel. Tabel 1 digunakan untuk kemudahan responden. Data keuangan yang Anda berikan hanya digunakan untuk mencari rasio saja (kecuali total aset). Jika Anda berkeberatan menampilkan total penjualan dan laba Anda, Anda dapat mengisi Tabel 2 (Anda dapat menghitung sendiri dengan rumus yang telah disediakan).

Tabel 1

Tahun	Total Aset (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Total Laba/Rugi (Rp)
2010			
2011			

Tabel 2 (abaikan tabel ini jika sudah mengisi Tabel 1)

Tahun	Total Aset (Rp)	ROA	ROS
2010			
2011			

Rumus *Return on Assets*: $ROA = \frac{\text{Total Laba/Rugi}}{\text{Total Aset}}$

Rumus *Return on Sales*: $ROS = \frac{\text{Total Laba/Rugi}}{\text{Total Penjualan}}$

Lampiran 2. Data Penelitian

UMKM	Tahun	ROA	ROS	DUM_AS	DUM_EC	LNTA	TL
ZC	2010	1,19048	0,27778	0	1	16,860033	3
ZC	2011	2,88889	0,43333	0	1	16,70588232	3
RIJ	2010	2,00000	0,33333	0	1	15,42494847	20
RIJ	2011	1,00000	0,20833	0	1	16,11809565	20
AW	2010	0,94020	0,03431	1	1	18,83031037	10
AW	2011	0,89375	0,02195	1	1	18,9986091	10
GN	2010	0,80000	0,08000	0	0	20,03011866	15
GN	2011	0,48000	0,08000	0	1	20,72326584	15
OS	2010	2,00000	0,66667	0	0	16,11809565	2
OS	2011	2,57143	0,72000	0	1	16,45456789	2
ZZ	2010	4,00000	0,55556	1	0	16,11809565	2
ZZ	2011	1,20000	0,46154	1	0	17,03438638	2
SAN	2010	0,42500	0,19902	1	0	18,42068074	20
SAN	2011	0,27567	0,16235	1	0	18,82614585	20
DS	2010	0,45469	0,41571	0	0	19,58383155	15
DS	2011	0,64392	0,56772	1	1	19,80697511	15
BK	2010	1,02200	0,46667	0	0	17,72753356	10
BK	2011	1,14063	0,46875	1	1	17,90985512	10
MC	2010	0,25000	0,25000	1	1	19,11382792	15
MC	2011	1,71429	0,82759	1	1	19,67344371	15
WJA	2010	0,70000	0,09000	0	1	19,11382792	13
WJA	2011	0,77000	0,09600	0	1	19,80697511	13
KK	2010	7,04860	0,11572	1	1	15,42494847	10
KK	2011	7,14708	0,13023	1	1	15,68731273	10
MLU	2010	0,30000	0,42857	0	0	20,72326584	19
MLU	2011	0,38889	0,43750	0	0	20,61790532	19
DJM	2010	0,01667	0,13021	1	0	21,82187813	10
DJM	2011	0,02222	0,16667	1	1	21,87066829	10
BM	2010	0,05600	0,20000	0	0	19,51929303	8
BM	2011	0,05333	0,20000	0	0	19,51929303	8
CHY	2010	0,60000	0,20000	0	0	19,11382792	8
CHY	2011	0,55556	0,20000	0	0	19,00846741	8
IT	2010	7,68000	0,40000	1	0	15,42494847	2
IT	2011	6,00000	0,45000	1	0	15,83041358	2
TJ	2010	7,20000	0,15000	0	0	15,42494847	3
TJ	2011	7,00000	0,12963	0	0	15,42494847	3
PJ	2010	3,42857	0,20000	1	0	20,36659089	10
PJ	2011	4,50000	0,25000	1	0	20,43558376	10

Lampiran 2. Data Penelitian (Lanjutan)

UMKM	Tahun	ROA	ROS	DUM_AS	DUM_EC	LNTA	TL
PTS	2010	0,07500	0,25000	1	1	20,72326584	12
PTS	2011	0,08750	0,30000	1	1	20,90558739	12
JML	2010	3,65000	0,10714	0	0	18,82614585	5
JML	2011	3,66667	0,09167	0	0	18,82614585	5
BRK	2010	2,31667	0,77222	1	0	17,21670794	11
BRK	2011	2,35714	0,66000	1	0	17,37085862	11
IC	2010	0,11111	0,50000	0	1	17,62217305	16
IC	2011	0,12222	0,55000	0	1	17,62217305	16
TA	2010	0,60000	0,42857	0	0	17,72753356	16
TA	2011	0,50000	0,33333	1	0	17,72753356	16
TJ	2010	0,20000	0,62500	0	0	20,03011866	20
TJ	2011	0,20000	0,60000	0	0	20,21244021	20
MS	2010	1,00000	0,50000	0	1	16,11809565	18
MS	2011	1,16667	0,58333	0	1	16,52356076	18
MJ	2010	2,50000	0,55556	0	0	16,11809565	14
MJ	2011	5,00000	0,66667	1	1	16,11809565	14
MMC	2010	0,06667	0,20000	0	0	17,21670794	8
MMC	2011	0,05882	0,16667	0	0	17,56501463	8
IF	2010	1,50000	0,50000	0	0	16,81124283	1
IF	2011	1,50000	0,46154	0	0	16,81124283	1
TM	2010	0,12500	0,20000	0	1	17,50439001	2
TM	2011	0,14444	0,20000	0	1	17,62217305	2

Lampiran 3. Ouput Statistik Deskriptif Penelitian

	ROA	ROS	DUM_AS	DUM_EC	LNTA	TL
Mean	1.588030	0.347883	0.413793	0.448276	18.24109	10.86207
Median	0.846873	0.316667	0.000000	0.000000	17.81869	10.00000
Maximum	7.680000	0.827586	1.000000	1.000000	21.87067	20.00000
Minimum	0.016667	0.021953	0.000000	0.000000	15.42495	1.000000
Std. Dev.	1.926969	0.209174	0.496814	0.501661	1.770885	5.992534
Skewness	1.696415	0.361836	0.350070	0.208013	0.152224	-0.129348
Kurtosis	5.164096	2.062956	1.122549	1.043269	1.943019	1.927783
Jarque-Bera	39.13697	3.387572	9.702961	9.671191	2.923916	2.940053
Probability	0.000000	0.183822	0.007817	0.007942	0.231782	0.229919
Sum	92.10575	20.17719	24.00000	26.00000	1057.983	630.0000
Sum Sq. Dev.	211.6530	2.493969	14.06897	14.34483	178.7540	2046.897

Lampiran 4. Output Uji Chow

Model 1

Dependent Variable: ROA?
 Method: Pooled Least Squares
 Date: 06/20/12 Time: 18:29
 Sample: 2010 2011
 Included observations: 2
 Cross-sections included: 30
 Total pool (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	11.72982	2.003147	5.855699	0.0000
DUM_AS?	1.539615	0.379474	4.057233	0.0002
DUM_EC?	-0.423366	0.379988	-1.114156	0.2701
LNTA?	-0.548654	0.113225	-4.845707	0.0000
TL?	-0.051763	0.032653	-1.585254	0.1186
R-squared	0.482713	Mean dependent var		1.541762
Adjusted R-squared	0.445092	S.D. dependent var		1.910621
S.E. of regression	1.423262	Akaike info criterion		3.623435
Sum squared resid	111.4121	Schwarz criterion		3.797964
Log likelihood	-103.7031	Hannan-Quinn criter.		3.691703
F-statistic	12.83099	Durbin-Watson stat		0.402488
Prob(F-statistic)	0.000000			

Model 2

Dependent Variable: ROS?
 Method: Pooled Least Squares
 Date: 06/20/12 Time: 18:36
 Sample: 2010 2011
 Included observations: 2
 Cross-sections included: 30
 Total pool (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.29875	2.195211	6.058073	0.0000
DUM_AS?	-0.944133	0.932338	-1.012651	0.3157
DUM_EC?	1.591372	0.383025	4.154745	0.0001
LNTA?	-0.565423	0.385778	-1.465672	0.1484
TL?	-0.645318	0.111345	-5.795657	0.0000
R-squared	0.468978	Mean dependent var		1.541762
Adjusted R-squared	0.430358	S.D. dependent var		1.910621
S.E. of regression	1.442033	Akaike info criterion		3.649640
Sum squared resid	114.3703	Schwarz criterion		3.824169
Log likelihood	-104.4892	Hannan-Quinn criter.		3.717908
F-statistic	12.14348	Durbin-Watson stat		0.470553
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran 5. Output Uji Hausman

Model 1

Correlated Random Effects - Hausman Test
Pool: MODEL1
Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	4.917575	3	0.1779

Cross-section random effects test comparisons:

Variable	Fixed	Random	Var(Diff.)	Prob.
DUM_AS?	0.314399	1.052970	0.146042	0.0533
DUM_EC?	0.639852	-0.031374	0.102994	0.0365
LNTA?	-1.157419	-0.568863	0.190920	0.1780

Model 2

Redundant Fixed Effects Tests
Pool: MODEL2
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	17.849976	(29,26)	0.0000
Cross-section Chi-square	182.412470	29	0.0000

Lampiran 6. Hasil Regresi Model 1 – REM

Dependent Variable: ROA?
 Method: Pooled EGLS (Cross-section random effects)
 Date: 06/20/12 Time: 18:30
 Sample: 2010 2011
 Included observations: 2
 Cross-sections included: 30
 Total pool (balanced) observations: 60
 Swamy and Arora estimator of component variances

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	12.15123	2.592767	4.686589	0.0000
DUM_AS?	1.052970	0.370084	2.845217	0.0062
DUM_EC?	-0.031374	0.322744	-0.097210	0.9229
LNTA?	-0.568863	0.147754	-3.850071	0.0003
TL?	-0.054154	0.045136	-1.199798	0.2354
Random Effects (Cross)				
ZC--C	-0.339277			
RIJ--C	-0.517325			
AW--C	-0.874123			
GN--C	0.831772			
OS--C	-0.436639			
ZZ--C	-0.976415			
SAN--C	-1.077450			
DS--C	-0.088295			
BK--C	-0.826692			
MC--C	-0.316881			
WJA--C	0.356634			
KK--C	3.036421			
MLU--C	0.898216			
DJM--C	-0.183130			
BM--C	-0.512366			
CHY--C	-0.271999			
IT--C	2.412133			
TJ--C	0.529389			
PJ--C	2.662065			
PTS--C	-0.550500			
JML--C	2.277755			
BRK--C	-0.397242			
IC--C	-1.018393			
TA--C	-1.077539			
TJ--C	0.529389			
MS--C	-0.711912			
MJ--C	0.929573			
MMC--C	-1.613717			
IF--C	-0.946654			
TM--C	-1.726799			

Lampiran 6. Hasil Regresi Model 1 – REM (Lanjutan)

Effects Specification			
		S.D.	Rho
Cross-section random		1.351131	0.8446
Idiosyncratic random		0.579668	0.1554
Weighted Statistics			
R-squared	0.346923	Mean dependent var	0.447576
Adjusted R-squared	0.299426	S.D. dependent var	0.706395
S.E. of regression	0.591254	Sum squared resid	19.22699
F-statistic	7.304175	Durbin-Watson stat	2.065111
Prob(F-statistic)	0.000086		
Unweighted Statistics			
R-squared	0.458206	Mean dependent var	1.541762
Sum squared resid	116.6904	Durbin-Watson stat	0.340267

Lampiran 7. Hasil Regresi Model 2 – FEM

Dependent Variable: ROS?
 Method: Pooled Least Squares
 Date: 06/20/12 Time: 18:37
 Sample: 2010 2011
 Included observations: 2
 Cross-sections included: 30
 Total pool (balanced) observations: 60

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	23.46035	6.533344	3.590865	0.0013
DUM_AS?	4.039033	0.976030	4.138224	0.0003
DUM_EC?	0.308285	0.413069	0.746328	0.4622
LNTA?	0.437545	0.356771	1.226401	0.2310
TL?	-1.293299	0.359647	-3.596023	0.0013
Fixed Effects (Cross)				
ZC--C	-1.588929			
RIJ--C	-3.094505			
AW--C	1.059233			
GN--C	2.990913			
OS--C	-3.130706			
ZZ--C	-1.784636			
SAN--C	-0.062459			
DS--C	0.202030			
BK--C	-1.596140			
MC--C	-0.318467			
WJA--C	1.629595			
KK--C	2.513705			
MLU--C	1.868299			
DJM--C	3.686260			
BM--C	1.030795			
CHY--C	0.961387			
IT--C	1.566042			
TJ--C	0.288576			
PJ--C	5.671577			
PTS--C	1.683617			
JML--C	4.144322			
BRK--C	-1.958092			
IC--C	-3.110980			
TA--C	-1.676168			
TJ--C	0.288576			
MS--C	-3.894659			
MJ--C	-1.706044			
MMC--C	-1.646509			
IF--C	-2.160228			
TM--C	-1.856403			
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.974604	Mean dependent var		1.541762
Adjusted R-squared	0.942370	S.D. dependent var		1.910621
S.E. of regression	0.458667	Akaike info criterion		1.576099
Sum squared resid	5.469753	Schwarz criterion		2.762895
Log likelihood	-13.28298	Hannan-Quinn criter.		2.040320
F-statistic	30.23575	Durbin-Watson stat		3.870968
Prob(F-statistic)	0.000000			