

**PENGARUH E-COMMERCE DAN PENGGUNAAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI PADA PENGAMBILAN KEPUTUSAN
DALAM BERWIRAUSAHA DI SANGGAM MART KABUPATEN
BALANGAN**

Wulandari*

Maslichah**

Dwiyani Sudaryanti***

Universitas Islam Malang

wulan.wulan2805@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of e-commerce and the usage of accounting information systems on decision making in entrepreneurship at Sanggam Mart Balangan Regency. The population in this study is the manager and all employees of Sanggam Mart in Balangan Regency. The sample are managers and all staff / employees of Sanggam Mart Balangan who are willing to provide the information needed by researchers. The sampling technique is purposive sampling technique, the selected sample is 79 respondents. Data was collected using a questionnaire method. Data analysis method used is multiple regression analysis. The test data used is the simultaneous hypothesis test (f), the coefficient of determination (R²), and the partial hypothesis test (t). The results showed that simultaneous independent variables significantly influence the dependent variable. Based on the results of the coefficient of determination test, the adjusted R value was 23.7% while the remaining 76.3% was influenced by other variables not included in this study. Based on the results of partial tests of e-commerce variables and the usage of accounting information system has a positive effect on decision making in entrepreneurship.

Keywords: *e-commerce, accounting information systems, decision making, entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) menyatakan bahwa berkembangnya teknologi informasi di jaman milenial ini sangat membantu para wirausaha dalam menjalankan usahanya, dalam bertransaksi teknologi informasi memberikan kemudahan, bahkan informasi yang diberikan secara akurat, cepat dan tepat. Dengan canggihnya teknologi informasi saat ini persaingan antar wirausaha menjadi lebih ketat, sehingga menyebabkan wirausaha yang menggunakan teknologi informasi tersebut menjadi meningkat. Kesempatan memperluas bidang usaha menjadi lebih mudah jika seorang wirausaha mampu mengikuti persaingan dengan wirausaha lainnya. Namun, jika seorang wirausaha

tidak mampu bersaing, maka bidang usahanya pun akan terancam. Pemanfaatan teknologi informasi merupakan suatu cara solusi untuk mengembangkan usaha. Penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa merupakan salah satu bentuk teknologi informasi yang sedang berkembang saat ini yang dapat dilakukan melalui televisi atau jaringan komputer (*e-commerce*).

Pengertian *e-commerce* menurut Kotler *et al* (2012:460) adalah penggunaan *website* untuk bertransaksi atau memfasilitasi penjualan produk dan jasa secara online dapat juga dijadikan alat untuk membeli dan menjual produk atau jasa melalui internet dengan menggunakan sistem komputer untuk meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan. Biasanya terdiri dari perdagangan yang terjadi melalui pembeli mengunjungi *website* penjual dan transaksi online. *Electronic Commerce* menggambarkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer, termasuk internet (Sutanto, 2000:9).

Salah satu alternatif individu dalam mencukupi kebutuhan hidup manusia, baik bagi dirinya sendiri maupun keluarganya yaitu dengan bisnis atau usaha. Keinginan seseorang untuk berwirausaha, maka akan memunculkan kegiatan untuk berbisnis. Namun, dalam kegiatan berwirausaha dibutuhkan niat, tekad yang kuat, kemampuan, dan keahlian yang sesuai dengan bidang usaha yang akan dijalankan, karena berwirausaha tidak semudah seperti membalikkan telapak tangan.

Romney, *et al* (2009) menyatakan bahwa penerapan teknologi sistem informasi akuntansi di perusahaan dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan kinerja. Suhairi dkk (2004) menyatakan bahwa locus pengawasan, keinginan berprestasi, dan pengetahuan akuntansi memberikan pengaruh positif terhadap penggunaan informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan investasi.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) yaitu pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha yang dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek penelitian yang akan dilakukan di Sanggam Mart Kab. Balangan, Kalimantan Selatan, seperti kain, makanan, minuman, dan souvenir. Tapi perbedaan produksi Sanggam Mart dengan Mart lain adalah memiliki ciri khas tersendiri dari Kabupaten Balangan dan Sanggam Mart juga merupakan mart terbesar yang ada di Kabupaten Balangan.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh *E-commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan”**

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *E-commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha?
2. Bagaimana pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha?
3. Bagaimana pengaruh Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *E-commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *E-commerce* terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Kontribusi Penelitian Teoritis

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan informasi mengenai penerapan *Contingency theory* yang telah dipelajari dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, khususnya mengenai berperilaku dalam berorganisasi. Teori kontijensi akan mampu menjelaskan hubungan keterkaitan antara penerapan dalam penggunaan sistem informasi akuntansi dan berperilaku yang terjadi di dalam suatu organisasi atau usaha.

Kontribusi Penelitian Praktis

Dapat mengetahui pengaruh *e-commerce* dan penggunaan sistem informasi akuntansi pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Sehingga perusahaannya dapat berkembang lebih baik lagi dan mendapatkan kinerja perusahaan yang optimal.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

E-Commerce

Menurut I. E. Mujiyana (2013) *e-commerce* adalah transaksi perdagangan dengan menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet. *E-commerce* merupakan bisnis elektronik ke seluruh jaringan bisnis dunia, meliputi seluruh proses dari pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan dan pengembangan, tidak hanya membeli dan menjual secara online. Sistem *e-commerce* bergantung pada sumber daya internet dan teknologi informasi lainnya.

Perdagangan (*commerce*) dibagi menjadi tiga (Rainer dan Cegilski, 2011), yaitu:

1. *Traditional Commerce (Bricks-and-Mortar Organizations)*
2. *Pure E-Commerce (Virtual or Pure-Play Organizations)*
3. *Partial E-Commerce (Clicks-and-Mortar Organizations)*

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 *e-Bay*.

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*.

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.

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

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.

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 aset-aset

perusahaan, termasuk data organisasi, untuk memastikan bahwa data tersebut tersedia saat dibutuhkan, akurat dan andal.

Kewirausahaan

Kewirausahaan menurut Baldacchino (2008) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Arti kata kewirausahaan dan arti kata wirausaha tidak ada dalam Kamus Besar (KBBI). Namun ada satu istilah yang mirip yaitu wiraswasta (nomina/kata benda) berasal dari kata *entrepreneur*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Meiliana dan Dewi (2015) yang berjudul “Analisis Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Usaha Kecil dan Menengah di Yogyakarta” menyimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aspek operasional SIA yang digunakan dalam pengelolaan UKM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas UKM di Yogyakarta telah menggunakan sistem informasi akuntansi dalam kegiatan operasionalnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Juita (2016) yang berjudul “Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sektor Jasa Perdagangan di Padang, Sumatera Barat” menyimpulkan bahwa sebagian besar pemilik dan manajemen UMKM telah mengakui pentingnya manajemen keuangan melalui sistem informasi akuntansi yang baik untuk bisnis mereka dan telah menerapkannya dengan berbagai kualitas catatan keuangan, mulai dari catatan pembukuan yang sangat sederhana sampai yang sepenuhnya memenuhi standar akuntansi formal. Hasil penelitian ini menunjukkan kurangnya personil akuntansi yang memenuhi syarat dan fasilitas manajemen keuangan yang disebabkan oleh kurangnya sumber daya dan keuangan adalah beberapa hambatan utama untuk menerapkan sistem akuntansi yang baik di UMKM.

Penelitian yang dilakukan oleh Sholihin dan Mujilawati (2016) yang berjudul “Dampak Pemanfaatan *E-Commerce* Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (studi kasus Ninda Bros Lamongan)” menyimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana akses pasar dengan cara memanfaatkan fasilitas teknologi informasi yang bisa digunakan sebagai media komunikasi bisnis secara global. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya sistem *e-commerce* ini penjualan mengalami peningkatan dari 1.060 bros/bulan menjadi 1.325 bros/bulan.

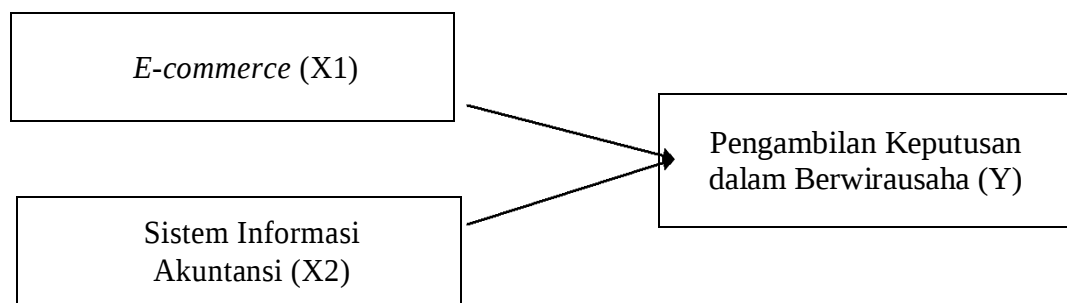
Penelitian yang dilakukan oleh Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan untuk Berwirausaha” menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha, penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Prihadi dan Susilawati (2018) yang berjudul “Pengaruh Kemampuan *E-Commerce* dan Promosi di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran” menyimpulkan bahwa hasil penelitian ini

menunjukkan kemampuan *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang, promosi di media sosial berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang dan kemampuan *e-commerce* dan promosi di media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarastyarini dan Yadnyana (2018) yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* dan Efektivitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan pada Usaha Kecil dan Menengah di Denpasar” menyimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan efektivitas kerja pengguna terhadap kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah di Denpasar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah akan semakin meningkat apabila pelaku usaha menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya dan peningkatan pada efektivitas kerja pengguna *e-commerce* akan diikuti juga dengan peningkatan kinerja perusahaan pada usaha kecil dan menengah yang menggunakan *e-commerce* di Denpasar.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : *E-Commerce* dan sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
- H_{1a} : *E-Commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
- H_{1b} : Sistem informasi akuntansi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini termasuk penelitian yang bersifat kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajer dan seluruh karyawan Sanggam Mart yang ada di Kabupaten Balangan. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah manajer Sanggam Mart Balangan dan seluruh Staf/pegawai Sanggam Mart Balangan yang bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan

peneliti. Penentuan besar sampel ditentukan dengan metode rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang toleransi dalam sampel (10%)

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh oleh peneliti dengan metode kuesioner yang disampaikan atau diberikan langsung kepada manajer dan seluruh staf/pegawai Sanggam Mart di Kab. Balangan (Sugiyono, 2014). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan diperoleh dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang telah terstruktur. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah responden manajer dan seluruh staf/pegawai Sanggam Mart di Kab. Balangan.

METODE ANALISIS DATA

Analisis dilakukan dengan beberapa data analisis regresi linier. Penelitian ini menggunakan alat analisis perangkat lunak SPSS untuk pengolahan data. Berdasarkan kerangka konseptual dan hipotesis maka model regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = pengambilan keputusan berwirausaha

a = Konstanta

b1 – b2 = koefisien regresi berganda

X1 = *e-commerce*

X2 = Sistem informasi Akuntansi

e = error / faktor kesalahan

Definisi Operasional Variabel

1. *E commerce*

E-commerce merupakan aktivitas jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui jaringan informasi yang disebut dengan internet. Variabel *E-Commerce* diukur dengan instrumen seperti, *E-commerce* mudah diakses, transaksi mudah dilakukan, proses pelayanan cepat dan aman serta permodalan dalam *e-commerce* tidak membutuhkan dana yang tinggi. Dengan menggunakan skala *Likert* yaitu 5 = SS (Sangat Setuju), 4 = S (Setuju), 3 = N (Netral), 2 = TS (Tidak Setuju), 1 = STS (Sangat Tidak Setuju).

2. Sistem Informasi Akuntansi

Sistem Informasi Akuntansi adalah seluruh komponen terkait yang diletakkan bersama-sama untuk mengumpulkan informasi, data mentah atau data biasa dan mengubahnya menjadi data keuangan untuk tujuan pelaporan kepada pengambilan keputusan. Variabel SIA diukur dengan instrumen dengan indikator seperti kemudahan pengaksesan, cepat diakses, dapat diandalkan

produktivitas, efektivitas, dapat menghasilkan keuntungan, pelayanan sistem komputer yang baik. Jenis data yang akan diproses dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, dengan menggunakan skala *Likert* yaitu 5 = SS (Sangat Setuju), 4 = S (Setuju), 3 = N (Netral), 2 = TS (Tidak Setuju), 1 = STS (Sangat Tidak Setuju).

3. Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha

Pengambilan keputusan dalam berwirausaha merupakan seseorang yang berani mengambil risiko ataupun keputusan untuk membuka lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan dapat di optimalkan. Variabel pengambilan keputusan dalam berwirausaha diukur dengan instrumen seperti data historis, peluang, pendekatan ekonomis rasional, penggunaan analisis informasi akuntansi, fakta, identifikasi masalah terlebih dahulu, dan pengalaman terdahulu. Dengan menggunakan skala *Likert* yaitu 5 = SS (Sangat Setuju), 4 = S (Setuju), 3 = N (Netral), 2 = TS (Tidak Setuju), 1 = STS (Sangat Tidak Setuju).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Pembahasan

Populasi yang digunakan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajer dan seluruh karyawan Sanggam Mart yang ada di Kabupaten Balangan. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*. Berdasarkan metode perhitungan penentuan sampel yang menggunakan rumus *Slovin* memperoleh sampel sebanyak 79 responden. Dalam penelitian ini telah didistribusikan sebanyak 79 kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden. Dari 79 kuesioner yang disebar, kuesioner yang kembali dan kuesioner yang dapat diolah oleh peneliti sebanyak 79 kuesioner.

Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ECOMMERCE	79	3	5	4,38	,298
SISTEM INFORMASI AKUNTANSI	79	3	5	4,49	,317
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA	79	4	5	4,47	,316
Valid N (listwise)	79				

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 1 diperoleh informasi bahwa pada variabel *e-commerce*, jawaban minimum dari responden adalah 3 dan maksimum adalah 5, dengan rata-rata sebesar 4,38, serta standar deviasi sebesar 0,298. Untuk variabel sistem informasi akuntansi, jawaban minimum adalah 3 dan jawaban maksimum adalah 5, dengan rata-rata total sebesar 4,49, serta standar deviasi sebesar 0,317. Untuk variabel pengambilan keputusan dalam berwirausaha, jawaban minimum dari

responden adalah 4 dan jawaban maksimum sebesar 5, dengan rata-rata total sebesar 4,47, serta standar deviasi sebesar 0,316.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO)

Variabel	KMO	Status
<i>E-commerce</i>	0,733	Valid
Sistem Informasi Akuntansi	0,715	Valid
Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha	0,797	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dilihat dari tabel 2 dapat diketahui bahwa variabel *E-commerce* memiliki nilai KMO dengan nilai sebesar 0,733, variabel Sistem Informasi Akuntansi memiliki nilai KMO dengan nilai sebesar 0,715 dan variabel Pengambilan Keputusan dalam Berwirausaha Memiliki nilai KMO dengan nilai sebesar 0,797. Maka dapat disimpulkan bahwa semua item variabel adalah $KMO > 0,06$ sehingga semua variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Pertanyaan	Koefisien <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
<i>E-Commerce</i> (X1)	0,771	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi (X2)	0,699	Reliabel
Pengambilan keputusan untuk berwirausaha (Y)	0,779	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Dilihat dari tabel 3 dapat diketahui bahwa variabel *e-commerce* memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,771. Variabel sistem informasi akuntansi memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,699. Variabel pengambilan keputusan dalam berwirausaha memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,779. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Nilai ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran memberikan ketepatan dan dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		E-Commerce	SIA	Pengambilan Keputusan
N		79	79	79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	65,63	22.47	22.34
	Std. Deviation	4.470	1.586	1.578
Most Extreme Differences	Absolute	.131	.177	.180
	Positive	.131	.135	.180
	Negative	-.109	-.177	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		.740	.999	1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.644	.271	.251

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dilihat dari tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel *e-commerce* diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0,644, Variabel sistem informasi akuntansi diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0,271 dan variabel pengambilan keputusan dalam berwirausaha diperoleh dengan nilai signifikansi sebesar 0,251. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal yang dibuktikan dengan besarnya nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Statistik Kolinearitas	
		Toleransi	VIF
1	(Konstan)		
	ECOMERCE	,999	1,001
	SIA	,999	1,001

a. Dependent Variable: KEPUTUSANBERWIRAUSAHA

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari rangkuman tabel 5 dapat diperoleh informasi bahwa pada variabel *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi sama-sama diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,999 dan nilai VIF sebesar 1,001. Dari perhitungan masing-masing variabel bebas menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tersebut tidak menunjukkan gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan uji *Glejser*

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan uji *Glejser* pada tabel 6, menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *e-commerce* sebesar 0,073 dan variabel sistem informasi akuntansi sebesar 0,104. Semua variabel menunjukkan probabilitas signifikansi lebih dari 0,05, yang berarti tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen RES2. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

a. Dependent Variable: KEPUTUSANBERWIRAUSAHA

Model regresi berdasarkan hasil analisis pada tabel 7 diatas adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$\text{Pengambilan Keputusan} = 4,525 + \underset{\text{(sig. 0,000)}}{0,511 E\text{-Commerce}} + \underset{\text{(sig. 0,008)}}{0,260 X2 SIA} + e$$

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	239,745	2	119,872	13,109	,000 ^b
Residual	694,989	76	9,145		
Total	934,734	78			

a. Dependent Variable: KEPUTUSANBERWIRUSAHA

b. Predictors: (Constant), SIA, ECOMERCE

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 8 diketahui bahwa nilai $F = 13,109$ dengan nilai sig. F sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi data dalam penelitian ini adalah signifikan, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* (X1) dan sistem informasi akuntansi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,506 ^a	,256	,237	3,02400

a. Predictors: (Constant), SIA, ECOMERCE

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2019

Berdasarkan tabel 9 memperlihatkan bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,237, berarti 23,7% variabel dependen pengambilan keputusan dalam berwirausaha (Y) dapat dijelaskan oleh variabel *e-commerce* (X1) dan sistem informasi akuntansi (X2). Sedangkan 76,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 7 hasil uji t diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel X1 (*E-commerce*)

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah *e-commerce* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Berdasarkan pada tabel 7 nilai $t = 4,251$ dengan nilai sig. $t = 0,000 < 0,05$ maka H_{1a} diterima. Artinya *e-commerce* berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Berpengaruhnya *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di Sanggam Mart seperti website Sanggam Mart Balangan, Facebook dan Instagram menjadikan pemasaran lebih meningkat. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Pramisiwari dan Dharmadiaksa (2017)

menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Semakin baik persepsi responden terhadap *e-commerce* dengan segala kelebihannya, maka akan berpengaruh positif pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha atau dengan kata lain semakin meningkatkan ketertarikan manajer dan karyawan dalam berwirausaha dengan adanya *e-commerce*. Melihat juga fenomena saat ini dimana situs jual beli seperti *e-commerce* terbukti layak dan sangat diminati oleh para wirausahawan lama ataupun baru.

2. Variabel X2 (Sistem Informasi Akuntansi)

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah sistem informasi akuntansi berpengaruh pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha. Berdasarkan pada tabel 7 diperoleh nilai $t = 2,741$ dengan nilai $\text{sig.}t = 0,008 < 0,05$ maka H_{1b} diterima. Artinya penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha.

Berpengaruhnya SIA terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di Sanggam Mart seperti *microsoft excel* dan sekarang proses penggunaan *zahir accounting* dapat meningkatkan produktivitas, efektivitas kerja serta pelaporan yang akuntabel. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Pramiswari dan Dharmadiaksa (2017) menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi akuntansi berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hasil ini menunjukkan keadaan dimana dengan adanya penggunaan sistem informasi akuntansi maka minat responden pada pengambilan keputusan dalam berwirausaha juga semakin tinggi karena sistem informasi akuntansi membantu seseorang dalam berwirausaha terlebih dalam hal pengelolaan data, analisis dan media penolong pengambilan keputusan.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Variabel *e-commerce* dan variabel penggunaan sistem informasi akuntansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha.
2. Variabel *e-commerce* memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan.
3. Variabel sistem informasi akuntansi memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam berwirausaha di Sanggam Mart Kabupaten Balangan.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya ada di 2 tempat Sanggam Mart Kabupaten Balangan, Kal-Sel saja.
2. Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian ini hanya meliputi *e-commerce* dan sistem informasi akuntansi yang digunakan untuk menjelaskan variabel dependen yaitu pengambilan keputusan dalam berwirausaha
3. Metode penyebaran data adalah kuesioner.

Saran

1. Memperluas lingkup penelitian seperti melakukan penelitian terhadap beberapa kota lainnya.
2. Peneliti selanjutnya lebih baik menggunakan variabel independen selain yang diteliti dalam penelitian ini. Contohnya seperti sistem produksi yang efektif efisien, kreativitas dari karyawan-karyawan dan lain-lain.
3. Penelitian berikutnya bisa menggunakan metode wawancara, maupun observasi terhadap target peneliti sebagai sumber data.

DAFTAR PUSTAKA

- Baldacchino. 2008. *Entrepreneurial creativity and innovation*. The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation. Malta: University of Malta.
- I. E. Mujiyana, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online,*” *Teknol. Inf.*, vol. VIII, no. 3, pp. 143–152, 2013.
- Juita, Verni. 2016. *Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sektor Jasa Perdagangan Di Padang, Sumatera Barat*. Universitas Andalas. Vol 9 No 1 April 2016.
- Kotler, Philip & Keller, L. Kevin 2012, *Marketing Management 14e Global Edition*, Pearson Education Limited.
- Meiliana, dan Dewi. 2015. *Analisis Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil dan Menengah Di Yogyakarta*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. ISSN: 0852-1875 Vol 27 N0 1 2015.
- Pramiswari, dan Dharmadiaksa. 2017. *Pengaruh E-commerce dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha*. Universitas Udayana Bali. ISSN: 2302-8556 Vol 20 No 1 Juli 2017.
- Prihadi, dan Susilawati. 2018. *Pengaruh Kemampuan E-commerce Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran*. Universitas Pancasakti Tegal. ISSN: 1410-4571 Vol 3 No 1 Juni 2018.
- Rainer, R.K., & Cegielski, C.G. 2011. *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Business* (3rd ed.). United States: John Wiley & Sons.
- Romney. B. M. dan P. J. Steinbart. 2009. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi 9. Jakarta: Salemba Empat.
- Romney, M.B., & Steinbart, P.J. 2011. *Accounting Information System* (12th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

- Sarastyarini, dan Yadnyana. 2018. *Pengaruh e-commerce dan efektifitas Kerja Pengguna Terhadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Kecil, Menengah Di Denpasar*. Universitas Udayan Bali. ISSN: 2302-8556 Vol 24 No 3 September 2018.
- Sholihin, dan Mujilahwati. 2016. *Dampak Pemanfaatan E-commerce Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM (Studi Kasus Ninda Bros Lamongan)*. Universitas Islam Lamongan. ISSN: 2085-0859 Vol 8 No 1 Maret 2016.
- Sugiyono 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfa Beta, Bandung.
- Suhairi, Sofri Yahya, dan Hasnah Haron. 2004. *Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Kepribadian Wirausaha terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi dalam Pengambilan Keputusan Investasi. Simposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar.
- Sutanto, Tomy. 2000. *The Influence Of Business Content and Navigation Efficiency On The Web Visitor's Satisfaction In The Context Pf Websites Supporting B2C Electronic Commerce In Indonesia. Thesis Binus University*.
- *) Wulandari adalah Alumni Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang.
- **) Maslichah adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.
- ***) Dwiyani Sudaryanti adalah Dosen tetap Universitas Islam Malang.