

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI
KEMUDAHAN DAN SIKAP KARYAWAN
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN SISTEM
INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS
E-COMMERCE**

(STUDI KASUS : PT. Ritel Bersama Nasional - JD.ID)

Dwi Yanti¹, Muhammad Yusuf²

Departemen Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Jl. Kayu Jati Raya No. 11A, Rawamangun – Jakarta 13220, Indonesia

dwiyanti27crb@gmail.com¹; muhammad_yusuf@stei.ac.id²

***Abstract** – this study aims to analyze the influence of the usefulness of perception, ease use of perception and attitude on behavioral interest of using accounting information systems based on e-commerce. This research use associative research type. The sports data application used is SPSS v.23. The population of this study is all parties or companies that work part of the accounting information systems at JD.ID. the sample is determined based on the non probability sampling method with a total of 35 respondents and data analysis taken using multiple linier regression based methods. The data used in this study consisted of primary data. The technique of answering data uses the questionnaire method. The result of the study showed that : (1) The usefulness of perception has been proven to have an influence on the interest in e-commerce accounting information system; (2) Perceived ease of use has been proven to have an influence on the interest in e-commerce accounting information systems; (3) Employee attitudes are proven to have an influence on the interest in accounting information systems based on e-commerce.*

***Keywords:** Usefulness of Perception, Ease Use of Perception, Employee Attitude interest of Using Accounting Information Systems, E- Commerce.*

***Abstrak**–Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Sikap Karyawan Terhadap Minat*

Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi berbasis E-commerce. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif deskriptif. Aplikasi data yang digunakan SPSS v.23. Populasi dari penelitian ini adalah semua pihak karyawan yang bekerja bagian sistem informasi akuntansi di JD.ID. Sampel yang ditentukan berdasarkan metode non probability sampling dengan jumlah 35 responden dan analisis data diukur dengan menggunakan metode berbasis regresi linier berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Teknis pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Hasil penelitian membuktikan bahwa (1) Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce; (2) Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan SIA berbasis e-commerce; (3) Sikap karyawan berpengaruh terhadap minat menggunakan SIA berbasis e-commerce.

Kata Kunci: *Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap Karyawan Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perkembangan informasi dan teknologi sangatlah maju pesat dan tidak terbatas penyebarannya. Dengan banyak hal yang perlu dilakukan manusia dalam mengelola informasi bermanfaat bagi khalayak umum. Era globalisasi yaitu ungkapan yang selalu disebut-sebut dalam studi mengenai transformasi atau perubahan sosial yang terjadi saat ini. Meskipun tidak dapat menggambarkan seluruh fenomena baru yang ada, globalisasi saat ini sering dilakukan sebagai penyusutan terhadap ruang dan waktu yang belum pernah terjadi sebelumnya, yang mencerminkan peningkatan interkoneksi serta independensi sosial, politik ekonomi, dan kultural masyarakat dunia. Keadaan era globalisasi ini menjalar secara perlahan dan mulai mempengaruhi seluruh aspek kehidupan manusia sehubungan dengan peningkatan serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama teknologi informasi.

Seiring perkembangan globalisasi, dunia bisnis juga ikut berkembang. Dalam perkembangan yang paling modern, muncul sebuah model transaksi bisnis yang sangat inovatif yang mengikuti kemajuan jaman dalam bidang media komunikasi dan informasi. Ditemukannya teknologi internet yaitu koneksi antar jaringan komputer, *cybernet* atau *worldwide web (www)* yang memungkinkan terjadinya transformasi informasi secara cepat ke seluruh jaringan dunia melalui internet.

Sistem informasi merupakan serangkaian prosedur formal pengumpulan data untuk diproses menjadi informasi dan didistribusikan kepada para pengguna (Hall, 2009:9). Salah satu dari jenis informasi adalah Sistem Informasi Akuntansi (SIA). SIA adalah kumpulan (integritas) dari sub-sub sistem/komponen baik fisik

maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerja sama satu sama lain secara harmonis untuk mengelolah data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. Penggunaan SIA dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu penggunaan eksternal dan internal. Penggunaan eksternal mencakup pemegang saham, investor, kreditor, pemerintah, pelanggan, pemasok, dan masyarakat secara keseluruhan (Susanto 2017:80).

Masyarakat di era sekarang banyak memilih bertransaksi dengan menggunakan *e-commerce* karena berbagai macam alasan. Masyarakat sebagai pengguna eksternal, melakukan *e-commerce* dapat membuat transaksi lebih efisien. Gaya hidup yang praktis dan jadwal yang padat merupakan beberapa faktor pendorong penggunaan *e-commerce* (Dolatabadi dan Ebrahimi, 2010) dalam Hardanti, dan Sarawati (2013) .

E-commerce baru dikenal pada tahun 1996 dan sekarang tumbuh di Indonesia menjadi kekuatan ekonomi baru yang semakin berkembang. Rachadian (2012:89) mengemukakan peluang berkembangnya *e-commerce* sangat terbuka di Indonesia. Pertama, jumlah penduduk yang banyak, sehingga menjadi potensi pasar yang sangat luas. Kedua, geografis Indonesia yang berbentuk kepulauan dan tersebar membuat *e-commerce* berkembang menjadi sistem yang memungkinkan setiap orang di Indonesia dapat melakukan transaksi tanpa harus meninggalkan kota tempat tinggalnya. Satu-satunya cara agar dapat bertransaksi menggunakan *e-commerce* adalah dengan penggunaan internet.

Seiring dengan perkembangan, *e-commerce* telah masuk dalam wilayah jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Pengguna jejaring sosial tersebut juga ikut meningkat. Hal ini memberikan peluang kepada pelaku bisnis baik retail maupun manufaktur untuk memajukan dan memperluas bisnis yang mereka jalankan melalui media ini. Peran media sosial dalam dunia bisnis sudah tidak dipungkiri lagi. Kepercayaan sangat penting untuk menjaga loyalitas para pelanggan *e-commerce* (Brynjolfsson dan Smith, 2000) dalam Winarno dan Sari (2012). Seorang pelanggan harus percaya pada suatu bisnis *online* untuk mengungkapkan informasi pribadinya dalam bertransaksi, karena di sebagian besar transaksi antara penjual dan pembeli kemungkinan tidak pernah bertemu. Oleh karena itu, dibutuhkan sistem yang berbeda dan jaminan terhadap keamanan yang lebih ketat terutama bila sudah pernah mengalami kejadian atau korban *cybercrime*. Kasus penipuan *online* inilah yang perlu diperhatikan oleh pengguna internal agar bisa mendesain SIA berbasis *e-commerce* yang dapat mengurangi kasus-kasus tersebut (Hwang dan Kim, 2007:67).

Alexandre Dardy (2015), selaku Co-CEO JD.ID mengemukakan bahwa pihaknya atau dari Perusahaan JD.ID telah menyelesaikan masalah dengan Danis Darusman, konsumen JD.ID yang mengaku membeli iPhone 6 Plus namun malah mendapatkan sabun mandi batangan. Sebelumnya, Danis selaku pemilik akun *twitter@danisdarusman* sempat membuat heboh setelah beberapa waktu lalu mengaku menjadi korban penipuan yang dilakukan oleh situs belanja online JD.ID. Bahkan , persoalan sempat meluas setelah pengakuan Danis tersebut menyedot pro dan kontra. Sebagian *netizen* berpendapat bahwa kasus ini hanyalah

sebuah rekayasa, alias *blackcampaign* untuk menyudutkan pihak JD.ID. Karena, secara kebetulan Danis adalah salah satu karyawan situs belanja online Elevenia.

Desain SIA ditentukan oleh beberapa minat berperilaku yaitu determinan dalam mengukur sikap penggunaan teknologi. Penelitian sebelumnya mengenai *e-service* sudah banyak dilakukan. *Theory of Planned Behavior* (TPB) adalah teori yang paling sering digunakan dalam penelitian seorang individu, dimana seorang individu akan melakukan suatu tindakan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Nugroho, 2012).

Penelitian mengenai tentang faktor minat perilaku menggunakan sistem informasi akuntan berbasis *e-commerce* yang diteliti oleh Hardanti dan Saraswati (2012) berpendapat bahwa minat berperilaku seseorang untuk menggunakan SIA berbasis *e-commerce* ditentukan oleh kontrol perilaku persepsian dan kegunaan persepsian. Kegunaan persepsian mempengaruhi minat berperilaku dikarenakan keyakinan persepsi seseorang, dengan menggunakan SIA berbasis *e-commerce* akan meningkatkan kinerjanya, sedangkan kontrol perilaku persepsian mempengaruhi minat berperilaku dikarenakan seseorang merasa bahwa menggunakan SIA berbasis *e-commerce* adalah hal yang mudah sesuai dengan sumber daya yang dimiliki seseorang. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, penelitian tertarik untuk menuangkan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Sikap Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce”.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Persepsi

Menurut Robbins (2006:169) Persepsi adalah proses yang digunakan individu mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka. Meski demikian apa yang dipersepsikan seseorang dapat berbeda dari kenyataan yang obyektif.

Menurut Notoatmodjo (2005:25), ada banyak faktor yang akan menyebabkan stimulus masuk dalam rentang perhatian seseorang. Faktor tersebut terbagi menjadi dua bagian besar yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor yang melekat pada objeknya, sedangkan faktor internal adalah faktor yang terdapat pada orang yang mempersepsikan stimulus tersebut.

2.2 Proses Persepsi

Suryani (2008: 102) persepsi pada hakekatnya merupakan proses psikologis yang kompleks yang juga melibatkan aspek fisiologis. Proses psikologis penting yang terlibat dimulai dari adanya aktivitas memilih, mengorganisasi dan menginterpretasikan sehingga konsumen dapat member makna atas suatu obyek. Usaha apapun yang dilakukan oleh pemasar tidak memiliki arti jika konsumen tidak mempersepsikan secara tepat seperti apa yang dikehendaki oleh pemasar.

2.3 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan pertama kali oleh Fred D. Davis pada tahun 1976. Tujuan TAM lebih dikhususkan untuk menjelaskan perilaku para pengguna komputer (*computer usage behavior*). TAM menggunakan (*Theory of Reasoned Action*) TRA sebagai dasar teorikal untuk menspesifikasi hubungan kausal antara dua kunci kepercayaan (*belief*) yaitu persepsi manfaat (*Perceive Use Fulness*) dan persepsi kemudahan pengguna (*Perceive Ease of Use*). TAM jauh lebih spesifik dibandingkan dengan TRA, karena TAM ditunjukkan hanya untuk perilaku penggunaan teknologi komputer (Davis et.al., 1986). Model TAM ini tidak hanya bisa untuk memprediksi, namun juga bisa menjelaskan sehingga peneliti dan para praktisi bisa mengidentifikasi mengapa suatu faktor tidak terima dan memberikan kemungkinan langkah yang tepat.

2.4 Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan adalah sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya. Davis mendefinisikan persepsi mengenai kegunaan ini berdasarkan dari kata *useful* yaitu "*capable of being used advantageously*", atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. (Davis, 1989:320).

Persepsi kegunaan secara umum adalah sejauh mana seseorang meyakini bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi berguna maka dia akan menggunakannya. Dan sebaliknya jika seseorang menganggap bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto 2007:114).

2.5 Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan suatu tingkat atau keadaan di mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan sistem tertentu tidak diperlukan usaha apapun (*free of effort*). Hal ini merujuk pada definisi dari "kemudahan" yaitu bebas dari kesulitan atau usaha yang berat. Usaha merupakan sumber yang terbatas yang akan dialokasikan seseorang pada sebuah aktivitas sebagai bentuk dari tanggung jawab (Davis, 1989:320).

Persepsi kemudahan penggunaan secara umum didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007:115). Jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Dan sebaliknya jika seseorang beranggapan bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007:115).

2.6 Sikap

Sikap adalah sebagai jumlah dari *afeksi* (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual dalam skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau menolak, dan lainnya. (Jogiyanto 2008:65).

Terdapat beberapa pendapat dari para pakar dalam psikologi sosial mengemukakan beberapa definisi: *attitudeis a favorable evaluatif reaction towardintentedbehavior* (Myers dalam Yolanda 2017:12). Sikap adalah suatu reaktif evaluatif menguntungkan terhadap sesuatu atau beberapa, dipamerkan dalam keyakinan seseorang, perasaan perilaku.

2.7 Sistem Informasi Akuntansi

Sistiem informasi akuntansi dapat didefinisikan sebagai kumpulan (integritas) dari sub-sub sistem atau komponen baik fisik maupun nonfisik yang saling berhubungan dan bekerja satu sama lain secara harmonis untuk mengelola data transaksi yang berkaitan dengan masalah keuangan menjadi informasi keuangan. (Susanto, 2017:80).

Sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya, seperti manusia dan peralatan, yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya ke dalam informasi. Informasi tersebut dikomunikasikan kepada para pembuat keputusan. (George dan William, 2006:1).

2.8 E-Commerce

E-commerce adalah penggunaan internet, Web, dan aplikasi seluler serta browser yang berjalan di perangkat seluler untuk melakukan transaksi bisnis (Laudon dan Traver, 2017:10)

E-commerce adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. (Wong, 2010:33).

2.9 Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce*

Kegiatan e-commerce ini merupakan aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (*e-business*) yang berhubungan dengan transaksi komersial, misalnya: transfer dana secara elektronik, SCM (*supply chain management*), pertukaran data elektronik (*electronic data interchange /EDI*), pemasaran online (*online marketing*), atau e-pemasaran (*e-marketing*), pemrosesan transaksi online (*online transaction processing*). Jaringan internet digunakan untuk mengirim informasi keseluruhan pengguna internet di berbagai belahan dunia selama dua puluh empat jam, karena melibatkan *clien-server* yaitu program sistem robot yang menjalankan beberapa computer secara konstanta dan mengelola informasi yang dibutuhkan oleh pengguna aplikasi e-commerce.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif dengan pendekatan deskriptif kuantitatif atau jenis penelitian lapangan dengan maksud untuk menguji hipotesis yaitu mengungkap situasi atau variable sesuai dengan keadaan yang ada pada saat penelitian ini dilaksanakan

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pihak atau karyawan yang bekerja bagian sistem informasi akuntansi di JD.ID sebanyak 35 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh, sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan tanpa perantara atau dilakukan sendiri oleh peneliti. Data yang diperoleh langsung oleh peneliti merupakan sumber data utama yang diperoleh dilapangan melalui wawancara. survei adalah pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan kepada responden individu, maka peneliti memilih kuesioner sebagai alat yang digunakan, diperoleh dari terjun langsung ke lapangan dengan objek penelitian.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dan variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan cepat.

3.5 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Data diolah dengan bantuan komputer menggunakan excel dan dilanjutkan dengan aplikasi SPSS Versi 23.00 dan cara penyajian dengan menggunakan tabulasi.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini bersifat statistik deskriptif yaitu menganalisis data yang sudah dikumpulkan kemudian mendeskripsikan atau menggambarkannya secara terperinci dengan menggunakan software SPSS dalam pengolahan datanya. Berdasarkan data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan jumlah 35

responden yang berkeja menggunakan sistem informasi akuntansi terdapat karakteristik responden diantaranya; (1) Umur, (2) Jenis kelamin, (3) Pendidikan terakhir, (4) Lama pengalaman kerja.

Tabel 4.1.1 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
PersepsiKegunaan	35	11,00	25	21,49	,484	2,863
PersepsiKemudahan	35	14,00	25	21,57	,376	2,227
Sikap	35	21,00	29	24,34	,328	1,939
SIAEcommerce	35	12,00	20	18,40	,348	2,061
Valid N (listwise)	35					

Sumber: SPSS v23, Data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, terdapat nilai *minuimum*, *maximun*, *meandan standartdeviation* untuk masing-masing variable dengan jumlah responden diketahui 35 responden. Diketahui variable independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan dan Sikap, sedangkan variable dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sistem informasi akuntansi.

Berdasarkan tabel diatas setiap variable memiliki hasil uji statistik deskriptif. Variable independen X1 yaitu Persepsi kegunaan terdapat nilai *minimum* sebesar 11,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa Persepsi kegunaan dalam perusahaan lebih rendah dalam meningkatkan kinerja karyawan, sedangkan untuk nilai *maximum* sebesar 25,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa Persepsi kegunaan yang diberikan kepada karyawan pengguna sistem informasi akuntansi tersebut lebih tinggi. Dan diketahui juga nilai *mean* sebesar 21,49 dengan *standartdevition* 2,863.

Variable independen X2 yaitu Persepsi kemudahan terdapat nilai *minimum* sebesar 14,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa Persepsi kemudahan dalam perusahaan lebih rendah dalam informasi teknologi kinerja karyawan, sedangkan untuk nilai *maximum* sebesar 25,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa Persepsi kegunaan yang diberikan kepada karyawan pengguna sistem informasi akuntansi mudah untuk dilakukan menjadikannya efektif dan efisien. Dan diketahui juga nilai *mean* sebesar 21,57 dengan *standartdevition* 2,227.

Variable independen X3 yaitu Sikapterdapat nilai *minimum* sebesar 21,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa sistem informasi akuntansi kurang begitu

dipahami sehingga kesulitan dalam pembukuannya, sedangkan untuk nilai *maximum* sebesar 29,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa sistem informasi akuntansi yang karyawan kerjakan dipahami dan mendukung sistem kerja. Dan diketahui juga nilai *mean* sebesar 24,34 dengan *standartdevition* 1,939.

Variable dependen Y yaitu sistem informasi akuntansi terdapat nilai *minimum* sebesar 12,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa Persepsi penggunaan sistem akuntansi kurang tertarik menggunakan aplikasi akuntansi, sedangkan untuk nilai *maximum* sebesar 20,00 hal ini dapat mendeskripsikan bahwa karyawan memiliki ketertarikan terhadap penggunaan aplikasi akuntansi dibandingkan dengan pencatatan transaksi secara manual. Dan diketahui juga nilai *mean* sebesar 18,40 dengan *standartdevition* sebesar 2,061.

4.1.2 Uji Instrumen Data

4.1.2.1 Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas untuk mengukur seberapa baik instrumen yang digunakan. Nilai DF dalam penelitian sebesar 33 (DF= 35-2) sehingga r tabel pada probabilitas 0,05 sebesar 0,344.

Tabel 4.1.2.1 Hasil Uji Validitas

No	Indikator	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0,868	0,344	Valid
		X1.2	0,704	0,344	Valid
		X1.3	0,665	0,344	Valid
		X1.4	0,761	0,344	Valid
		X1.5	0,759	0,344	Valid
2	Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0,692	0,344	Valid
		X2.2	0,630	0,344	Valid
		X2.3	0,719	0,344	Valid
		X2.4	0,722	0,344	Valid
		X2.5	0,656	0,344	Valid
3	Sikap (X3)	X3.1	0,400	0,344	Valid
		X3.2	0,563	0,344	Valid
		X3.3	0,488	0,344	Valid
		X3.4	0,479	0,344	Valid

		X4.1	0,792	0,344	

		X3.5	0,433	0,344	Valid
		X3.6	0,638	0,344	Valid
4	SIA E-Commerce (Y)	Y1	0,792	0,344	Valid
		Y2	0,863	0,344	Valid
		Y3	0,823	0,344	Valid
		Y4	0,821	0,344	Valid

Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas nilai r hitung setiap butir pertanyaan lebih besar dari 0,344 maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pertanyaan itu valid.

4.1.2.2 Hasil Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan uji yang berkaitan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan, yaitu dengan cara membandingkan cronbachalpha dengan ketentuan nilai cronbachalpha.

Tabel 4.1.2.2 Hasil Uji Realibilitas

No.	Variabel Penelitian	r Hitung (Cronbach'sAlpha)	r Tabel (Cronbach'sAlpha)	Keterangan
1	PersepsiKegunaan	0,796	0,60	Reliabel
2	PersepsiKemudahan	0,706	0,60	Reliabel
3	Sikap	0,612	0,60	Reliabel
4	SIAEcommerce	0,844	0,60	Reliabel

Sumber: SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas dalam pengujian setiap variabel menunjukkan bahwa r hitung cronbach'salpha lebih besar dari r tabel cronbach'salpha, maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel adalah reliabel.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan cara *testkolmogorov-smirnov*. Dasar uji K-S adalah :

1. Angka signifikan $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Angka signifikan $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal

Tabel 4.1.3.1 Hasil uji normalitastestkolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,03343932
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,073
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

4.1.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Jika variable independen memiliki nilai *tolerance* lebih dari 10% (0,10) dan memiliki nilai *varianceinflationfator (VIP)* kurang dari 10, maka regres tersebut bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 4.1.3.2 Hasil uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------	-------------------------

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,473	3,177		-1,093	,283		
PersepsiKegunaan	,377	,092	,524	4,100	,000	,496	2,016
PersepsiKemudahan	,388	,118	,419	3,287	,003	,500	2,002
Sikap	,222	,097	,209	2,291	,029	,976	1,025

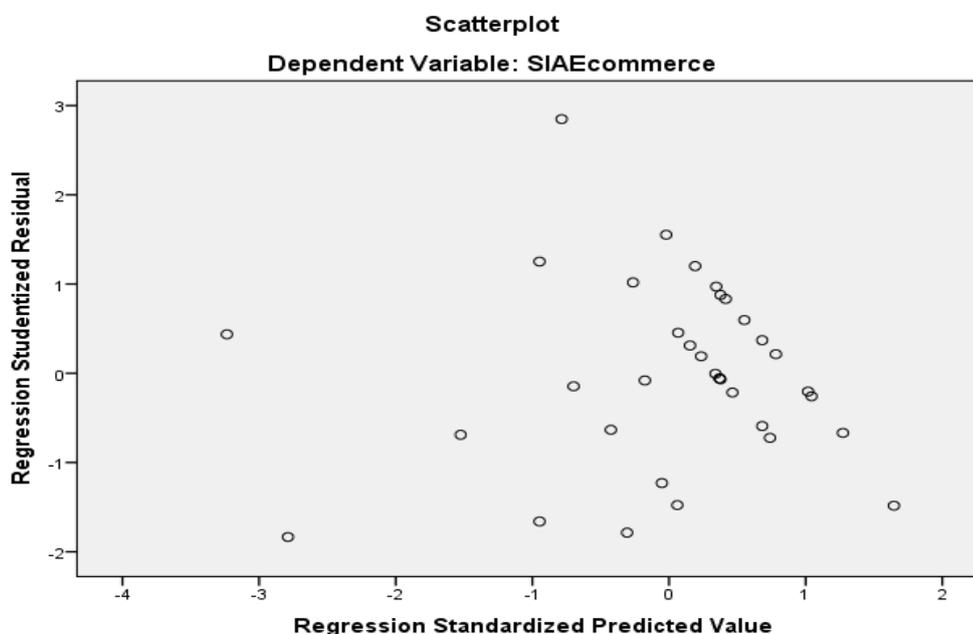
a. Dependent Variable: SIAEcommerce

Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* setiap variabel lebih kecil dari 10,0 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas dari multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.1.3.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan menggunakan uji grafik plot.



Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan gambar diatas, grafik *scatterplot* menunjukkan titik-titik tersebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sitem informasi akuntansi.

4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Ini untuk menganalisis bagaimana naik turunnya variabel dependent apabila variabel independent dimanipulasi nilainya. Hasil analisis regresi linear berganda ditunjukkan pada table sebagai berikut :

Tabel 4.1.4 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,473	3,177		-1,093	,283
PersepsiKegunaan	,377	,092	,524	4,100	,000
PersepsiKemudaha n	,388	,118	,419	3,287	,003
Sikap	,222	,097	,209	2,291	,029

a. Dependent Variable: SIAEcommerce

Berdasarkan tabel 4.1.4 dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Keterangan:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + e$$

$$Y = -3,473 + 0,377 X_1 + 0,388 X_2 + 0,222 X_3 + e$$

- Y = Minat perilaku penggunaan SIA berbasis E-commerce
- α = Konstanta
- X_1 = Persepsi Kegunaan
- X_2 = Persepsi Kemudahan
- X_3 = Sikap Penggunaan
- $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi
- e = *error*

4.1.5 Uji Hipotesis

4.1.5.1 Hasil Uji t-Test

Uji t dalam regresi linear berganda merupakan pengujian parameter (koefisien regresi dan konstanta) yang diduga mengestimasi persamaan/ regresi linear berganda sudah merupakan parameter yang tepat atau belum yaitu pengaruh variable bebas terhadap variabel terkaitnya. Hasil uji t dapat dibuktikan dengan nilai $\text{Sig } t < 0,05$ maka hipotesis diterima, dan sebaliknya apabila $\text{Sig } t > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.1.5.1 Hasil uji t-Test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,473	3,177		-1,093	,283
PersepsiKegunaan	,377	,092	,524	4,100	,000
PersepsiKemudahan	,388	,118	,419	3,287	,003
Sikap	,222	,097	,209	2,291	,029

a. Dependent Variable: SIAEcommerce

Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, diketahui untuk menguji Persepsi Kegunaan (X1) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai Sig.T sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H1 diterima** yakni Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*.

Kemudian, diketahui untuk menguji Persepsi Kemudahan(X2) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai Sig.T sebesar 0,003 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan(X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H2 diterima** yakni Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*.

Kemudian, diketahui untuk menguji Sikap (X3) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai Sig.T sebesar 0,029 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Sikap (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H3 diterima** Sikap

berpengaruh terhadap minat berperilaku penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *E-commerce*.

4.1.5.2 Hasil Uji F-Test

Pengujian F merupakan tahapan awal mengidentifikasi model regresi yang diestimasi layak atau tidaknya. Apabila nilai Sig.F < (alpha) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diestimasi layak, sebaliknya apabila nilai Sig.F > (alpha) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.

Tabel 4.1.5.2 Hasil uji F-Test

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	108,088	3	36,029	30,759	,000 ^b
	Residual	36,312	31	1,171		
	Total	144,400	34			

a. Dependent Variable: SIAEcommerce

b. Predictors: (Constant), Sikap, PersepsiKemudahan, PersepsiKegunaan

Sumber : SPSS v23, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, diketahui uji nilai F sebesar 30.759 dengan nilai Sig.F sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan(X2), Sikap (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H4 diterima** Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap secara simultan berpengaruh terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*.

4.1.5.3 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinasi (r^2) merupakan uji pegukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variable independen.

Tabel 4.1.5.3 Hasil uji koefisiensi determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,749	,724	1,082

a. Predictors: (Constant), Sikap, PersepsiKemudahan, PersepsiKegunaan

b. Dependent Variable: SIAEcommerce

Sumber : SPSS, data diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai r square sebesar 0,749 maka dapat disimpulkan bahwa proporsi pengaruh Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan(X2), Sikap (X3) terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) sebesar 75%. Dengan demikian proporsi pengaruhnya sebesar 75% sedangkan sisanya 25% (75% - 25%) itu dipengaruhi oleh variable lainnya tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis *E-Commerce*

Berdasarkan tabel 4.1.5.1, diketahui untuk menguji Persepsi Kegunaan (X1) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai Sig.T sebesar 0,000 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kegunaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H1 diterima**.

Temuan ini menegaskan bahwa apabila persepsi kegunaan dilaksanakan secara efektif, maka dapat meningkatkan kinerja yang lebih cepat dan pekerjaan yang lebih efektifseperti dalam dimensi Persepsi Kegunaan (Venkatesh dan Davis, 2000:201 dalam Irmadhani, 2012) dan kegunaan dalam kategori (Chin dan Todd 1995 dalam Setyo dan Wijayanto 2007:35).

4.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis *E-Commerce*

Kemudian juga berdasarkan tabel 4.1.5.1, diketahui untuk menguji Persepsi Kemudahan(X2) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai Sig.T sebesar 0,003 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi Kemudahan(X2) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H2 diterima**.

Analisis ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yaitu pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, norma subjektif dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *electroniccommerce* yang telah diteliti oleh Monica dan Tama (2017:39) mengemukakan tentang persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-commerce*. Hal ini mengindikasikan bahwa sistem dibuat bukan menyulitkan penggunanya. Norma subjektif berpengaruh positif terhadap *e-commerce*. Hal ini karena norma subjektif menjadi penting ketika pada fase impletasi teknologi.

4.2.3 Pengaruh Sikap Karyawan terhadap Minat Perilaku Penggunaan SIA berbasis *E-Commerce*

Kemudian juga berdasarkan tabel 4.1.5.1, diketahui untuk menguji Sikap (X3) terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) memiliki nilai

Sig.T sebesar 0,029 lebih rendah dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Sikap (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce*(Y) dan **H3 diterima**.

Hasil penelitian ini sesuai dengan Novitasari (2016) yang menyatakan bahwa sikap yang merupakan afeksi yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak objek tertentu sangat mempengaruhi responden untuk meningkatkan minat berperilaku menggunakan *e-commerce*, dikarenakan sikap seseorang yang merasakan atau menilai suatu sistem *online* yang menurut mereka dapat dipercaya dan disertai promosi yang menggiurkan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut;

1. Secara parsial persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* di JD.ID (PT. Ritel Bersama Nasional) dengan ini menunjukkan bahwa manfaat menggunakan sistem informasi akuntansi semakin tinggi menyebabkan minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga meningkat. Selain itu, hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dilaksanakan secara efektif, maka dapat meningkatkan kinerja yang lebih cepat dan pekerjaan yang lebih efektif.
2. Secara parsial persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* di JD.ID (PT. Ritel Bersama Nasional) dengan ini menunjukkan bahwa semakin mudah menggunakan sistem informasi menurut pengguna maka akan menyebabkan minat pengguna menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* juga akan meningkat. Karyawan yang beranggapan bahwa sistem yang dioperasikan itu mudah untuk dipelajari, dapat di kendali sangat mudah, jelas dan dapat dipahami, sangat fleksibel digunakan, cepat dan terampil dalam menggunakannya dan secara keseluruhan mudah untuk dipakai, maka mereka akan terus menerus untuk selalu menggunakannya.
3. Secara Parsial sikap karyawan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan SIA berbasis *e-commerce* di JD.ID (PT. Ritel Bersama Nasional) dengan ini menunjukkan bahwa sistem yang digunakan sudah baik dan membuat karyawan yang bekerja lebih mudah dan ringan untuk mengerjakan pekerjaannya. Bagi karyawan sistem akuntansi juga lebih dapat berkontribusi pada saat memecahkan masalah pembukuan keuangan. Sehingga karyawan dapat mengerti dan lebih memudahkan dalam pembukuannya dan tidak dipersulit dengan adanya sistem tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, sikap terhadap minat perilaku penggunaan SIA berbasis *e-commerce* pada JD.ID, maka saran yang diberikan penulis adalah perusahaan harus terus berinovasi untuk membuat sistem yang lebih mudah dan menambah fitur-fitur dalam sistem tersebut agar memberikan manfaat lebih yang

dapat digunakan oleh pengguna dan pengguna mendapatkan pengalaman yang baik saat menggunakan dan akan mengarahkan pengguna untuk menggunakan kembali sistem tersebut. Selain itu, dalam rangka menumbuhkan minat perilaku pengguna dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis e-commerce, maka perusahaan dapat meningkatkan sikap perusahaan dengan cara meningkatkan sumber daya manusia dalam JD.ID dengan mengikuti perubahan sistem kerja yang cepat dan dapat diandalkan terutama dalam teknologi informasi dalam hal penelitian ini yakni sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

DAFTAR REFERENSI

- Aribowo, D. P. J., & Nugroho, D. M. A (2013), "Pengaruh Trust Dan Perceived of Risk Terhadap Niat Untuk Bertransaksi Menggunakan E- Commerce:". *Jurnal Nominal*, 1.
- Brynjolfsson, E., & Hitt, L. M. (2000). Beyond computation: Information technology, organizational transformation and business performance. *Journal of Economic perspectives*, 14(4), 23-48.
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of Technology).
- Davis, F.D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*: *MIS Quartely*, 13(3): 319-340.
- Dolatabadi, H. R., & Ebrahimi, H. (2010). Factors influencing iranian consumer's trust in internet shopping. *European Journal of Social Sciences*, 16(2), 307- 318.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Cultivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang
- Hall, James A. (2009). *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Hall, James A. (2009). *Sistem Informasi Akuntansi*. Buku 2 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Hwang, Y., & Kim, D. J. (2007). Customer self-service systems: The effects of perceived Web quality with service contents on enjoyment, anxiety, and e-trust. *Decision support systems*, 43(3), 746-760.
- Izzati, R. R., Muntiah, N. S., & Hidayah, N. (2020). An Analysis of Factor That Influence the Interests in Behaviors of Using Accounting Information Systems Based on E-Commerce. *Jurnal AKSI (Akuntansi dan Sistem Informasi)*, 5(1), 1-5.
- Jogiyanto, H.M. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: ANDI Jonathan Sarwono dan Tutty Martadiredja. (2008). *Teori E-Commerce: Kunci Sukses Perdagangan di Internet*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*, 13th, Prentice Hall International Edition.
- Monica, Nina, Annafi Indra Tama. (2017). Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *JRAK*. Volume 8. Nomor 1.
- Notoatmodjo S. (2005) *Promosi Kesehatan. Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2005). Promosi kesehatan teori dan aplikasi. *Jakarta: Rineka Cipta*, 52-54.

- Nuryahya, E., & Andini, K. M. (2019). Perilaku Menggunakan Sistem Informasi Akuntansi E-Commerce. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 10(3).
- Pahlevi, V., Nurhayati, N., & Halimatusadiah, E. (2019). Effect Of Use Of E- Commerce On Quality Of Accounting Information System.
- Rachadian, S. (2012). Analisis Implementasi e-commerce (Studi Pada Zahra Publishing House).
- Robbins, S. P. & Judge, T. A. (2006). *Organizational Behavior*. Fifteenth Edition, Pearson. Boston.
- Robbins, Stephen P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Santoso, Singgih. (2000). *Buku LATIHAN SPSS Statistik Parametris*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo
- Sari, K. D. A., & Winarno, W. A. (2012). Implementasi E-Government System Dalam Upaya Peningkatan Clean And Good Governance di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 11(1).
- Sarwono, J. (2012). Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi.
- Sekran. (2006). *Research Methods for Business*. Edisi 4, Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Setijawan, I., & Permatasari, R. (2014). Analisis Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik Pada Koperasi Di Semarang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 21(2), 242-16.
- Setyowati, Elizabeth Octaviana. Agustini Dyah Respati. (2017). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Computer Self Efficacy, dan Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi, *JRAK*. Volume 13. Nomor 1.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susanto, A. (2017). *Sistem Informasi Akuntansi*. Cetakan pertama. Lingga Jaya: Bandung
- Syaninditha, S. A. P., & Setiawan, P. E. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Faktor Sosial, Dan Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan E-Filing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(1), 86-115.
- Trisna Savitri, N., & Wiratmaja, I. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Pemanfaatan Sistem Informasi Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 13(3), 1120-1136.

Wardani, Efrida Ika Kusuma,. Syafullah. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *JIMFEB*. Volume 1. Nomor 2.

Yakrub. (2012). *Pengantar Sistem Informasi*. Yogyakarta: GrahaIlmu.

Yolanda, Arabelle (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. *JIMFEB*. Volume 1. Nomor 2.

