



DESAIN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS *E-COMMERCE* GUNA MENINGKATKAN KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) DI JAWA TENGAH

M. Noor Ardiansah*

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang

Jl. Prof. H. Soedarto, SH Tembalang 50275

*E-mail: mnardiansah@polines.ac.id

Abstrak

Penelitian ini mengkaji desain sistem informasi akuntansi sebagai dampak penerapan *e-commerce* terhadap manajemen UKM dan kinerja keuangan. Sebanyak 102 UKM mitra *e-commerce* di Jawa Tengah berpartisipasi dalam penelitian ini, yang dianalisis menggunakan model persamaan struktural (SEM) untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pertama, kinerja UKM ditentukan secara langsung oleh sistem informasi akuntansi, kinerja manajemen, dan kinerja keuangan. Rancangan sistem informasi akuntansi UKM ditentukan secara signifikan oleh karakteristik manajemen dan kesiapan organisasi, yang juga memediasi kinerja dan manajemen keuangan. Penelitian selanjutnya perlu mengkaji determinan-determinan perancangan sistem informasi akuntansi pada UKM yang telah menggunakan *e-commerce* secara intensif untuk mengetahui dampaknya.

Keywords: accounting information system, e-commerce, management and financial performance, SMEs

PENDAHULUAN

Keberadaan *e-commerce* saat ini telah mengubah banyak hal dalam proses bisnis, misalnya: cara menawarkan, membeli dan mengirimkan produk, komunikasi dengan pemasok, serta hubungan dengan pelanggan (Dachlan et al., 2016; Liang & Turban, 2011; Rahayu & Day, 2017). Berbagai keunggulan *e-commerce* di atas diyakini sebagai pemicu pertumbuhan adopsi *e-commerce* secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir (Rahayu & Day, 2015, 2017). Adopsi *e-commerce* dalam bisnis dilakukan oleh entitas bisnis besar maupun kecil di berbagai negara, baik yang tergolong maju maupun negara berkembang (Al-Qirim, 2007). Dampak adopsi *e-commerce* bagi negara maju secara nyata memberikan peningkatan laju tumbuh ekonomi, lapangan pekerjaan, peningkatan manajemen rantai nilai internal, layanan kepada konsumen dan kualitas produk (Lacka et al., 2014). Kondisi sebaliknya terjadi di negara berkembang yang

mengalami dampak kurang signifikan akibat berbagai hambatan dalam proses adopsi *e-commerce* (Mira Kartiwi & MacGregor, 2007).

Entitas bisnis kecil yang karena ukuran aset kecil dan usia usaha relatif muda sering kekurangan strategi bisnis yang efektif dalam menghadapi persaingan bisnis (Lacka et al., 2014). Entitas bisnis kecil yang dimaksud dalam hal ini adalah entitas usaha kecil dan menengah (UKM), yang menunjukkan karakteristik kesederhanaan dalam pengelolaan bisnis dengan jumlah karyawan yang tidak terlalu banyak atau tingkat perputaran aktiva yang rendah (IAPI, 2008). Urgensi UKM sebagai fondasi ekonomi negara berkembang seperti Indonesia telah diakui secara luas (Mira Kartiwi & MacGregor, 2007). Pengakuan tersebut tidak saja karena jumlah yang banyak, mencapai 98,9 % dari seluruh unit usaha pada akhir 2018, namun juga peran penting dalam penyediaan kesempatan kerja (Mira Kartiwi et al., 2018). Pengembangan UKM yang tepat dan efektif akan menghasilkan dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi negara (Kemenperin, 2019).

Keterlibatan UKM sebagai mitra *e-commerce* menarik untuk diamati mengingat peran penting sebagai salah satu prioritas pengembangan ekonomi digital. Keterlibatan UKM yang potensi dan kuantitas yang sangat besar akan mampu membentuk kekuatan ekonomi nasional yang tangguh. Selain itu, proses adopsi *e-commerce* oleh UKM menarik diteliti karena ada pengaruh faktor lingkungan ekonomi digital yang membentuknya (Wang, 2011). Beberapa penelitian adopsi *e-commerce* yang berkembang hanya berfokus pada anteseden internal seperti sikap, nilai dan niat namun penelitian lain yang mengembangkan rerangka sistem informasi yang sesuai untuk UKM yang mengadopsi *e-commerce*. Penelitian yang mengkaji desain sistem informasi akuntansi sebagai dampak adopsi *e-commerce* oleh UKM, terutama di Indonesia masih sulit ditemukan (Mauldin & Ruchala, 1999; Venkatesh & Brown, 2013), sedang selama ini riset dan praktik berfokus pada dampak dari *e-commerce* terhadap kinerja UKM dan kurang mengungkap model yang sesuai untuk sistem pelaporan keuangan (Aini & Rifani, 2015; Ainin et al., 2015).

Uraian di atas mengungkapkan bahwa berbagai studi terkait desain sistem informasi akuntansi oleh UKM sebagai dampak adopsi *e-commerce* masih terbatas, belum dapat memberikan dampak dan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian negara. Hal tersebut menarik untuk diteliti lebih lanjut untuk proses adopsi *e-commerce* oleh UKM

lebih tepat guna dan berdaya guna. Penelitian ini secara khusus bertujuan menginvestigasi desain sistem informasi akuntansi untuk UKM sebagai dampak adopsi *e-commerce* yang digunakan untuk pelaporan keuangan. Fokus penelitian ini akan menghasilkan suatu pengembangan desain mekanisme sistem informasi akuntansi yang sejalan dengan basis *e-commerce* yang diadopsi oleh UKM.

Berbagai pihak mengemukakan definisi sistem akuntansi (SI) dikaitkan dengan sistem informasi dan fungsi akuntansi. Pendapat dari Lieberman & Whinston (1975) menyajikan komponen sistem akuntansi berbasis kejadian (event), yang memiliki elemen: (1) basis data yang berisi catatan kejadian ekonomi dalam sebuah struktur praktik bisnis yang telah ditentukan sebelumnya, (2) struktur pengguna tertentu yang memberikan kebebasan pandangan terhadap data base dan (3) fungsi tertentu atau operasional yang dilakukan terhadap data. Cooper, David J.; Hopper (1990) menegaskan bahwa sistem akuntansi dibentuk dari dua elemen integral akuntansi, yaitu akuntansi keuangan dan manajemen. Pemahaman atas sistem akuntansi dan sistem informasi akuntansi mengacu pada tiga kata yang terjalin (Ferrando & Dameri, 2011); pertama, fungsi akuntansi terdiri atas tiga komponen: sistem informasi, bahasa bisnis dan sumber daya informasi keuangan. Kedua, informasi adalah data pemrosesan yang bernilai sebagai dasar pembuatan keputusan, pelaksanaan praktik dan pemenuhan kewajiban legal. Ketiga, sistem adalah entitas yang terintegrasi berfokus pada periode lampau yang berfokus pada sejumlah tujuan.

E-commerce dapat diklasifikasikan atas berbagai model berdasarkan aktivitas bisnis dan penggunaan data digital (Turban et al., 2015). Aktivitas menjual dan membeli secara elektronik menurut (Yousafzai et al., 2007) terbagi antara dari suatu entitas bisnis ke konsumen disebut model business to customer (B2C) atau dari entitas bisnis ke entitas bisnis lain disebut model business to business (B2B). *E-commerce* diharapkan mampu meningkatkan keseluruhan nilai bisnis entitas bisnis, sehingga berbagai bentuk dipilih sesuai ekspektasinya (Pradana, 2015). Pertimbangan terhadap ciri, jenis, biaya dan pangsa pemasaran menjadi acuan dalam pemilihan bentuk *e-commerce* yang dipilih. Bentuk *e-commerce* yang berkembang pesat adalah *online* marketplace, yang secara teknis mudah dan efisien dalam penggunaan serta daya jangkau pemasaran yang luas (Li et al., 2011).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang didefinisi tersebut sejalan dengan kriteria yang terdapat Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), yang mengidentifikasi jenis entitas bisnis berdasarkan aset dan penjualan bersih tahunan dan atau kombinasi keduanya. Kategori usaha mikro memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50 juta atau penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta, usaha kecil memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 500 juta atau penjualan tahunan maksimal Rp 2.500 juta, dan usaha menengah memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 10.000 juta atau penjualan tahunan maksimal Rp 50.000 juta. Kriteria lain dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan pembagian usaha kecil dan menengah berdasarkan jumlah tenaga kerja. Usaha kecil dikategorikan apabila jumlah tenaga kerja kurang dari 20 orang, sedang usaha menengah kurang dari 100 orang.

Secara internal keterlibatan UKM dalam *e-commerce* skala besar akan membentuk model bisnis dan pengendalian proses akuntansi lebih baik (Maryeni et al., 2012). UKM yang terlibat dalam adopsi *e-commerce* harus menyiapkan laporan perpajakan yang sangat memerlukan sistem akuntansi untuk mengukur kinerja dengan mencatat dan mengklasifikasikan semua transaksi seperti penjualan, pembelian, aset dan kewajiban dengan mematuhi format dan standar pelaporan yang diterima secara umum (Ghasemi et al., 2011). Beberapa penelitian terkini menyatakan bahwa SIA memainkan peran proaktif dalam manajemen strategi, bertindak sebagai mekanisme yang memungkinkan strategi organisasi (Chenhall & Morris, 1986; Gibbs et al., 2003; Robertson, 2015).

Era kini mulai ada kajian yang meneliti apakah organisasi secara sistematis membuat variasi desain SIA untuk mendukung strategi yang mereka pilih, mengakui SIA itu memiliki potensi untuk memfasilitasi manajemen strategi dan meningkatkan kinerja organisasi (Ahmad, 2013; Esmeray, 2016; Gray et al., 2014; Häckner & Nilsson, 1999). Literatur yang ada menawarkan sedikit bukti hubungan antara SIA ini dan kinerja keuangan, meskipun itu penting untuk menyoroiti studi yang dilakukan oleh (Fekade, 2017; Pérez Estébanez et al., 2010) yang menemukan hubungan positif antara desain SIA dan strategi organisasi dan kinerja. Keberhasilan implementasi SIA dapat menghemat uang dan waktu pemegang saham. Nilai informasi yang dihasilkan oleh SIA kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan dalam membuat keputusan investasi (Kocsis, 2019).

Manajer keuangan memerlukan data keuangan dan akuntansi yang disediakan oleh SIA untuk mengevaluasi kinerja masa lalu dan untuk memetakan rencana masa depan. Kinerja organisasi yang sering diukur dalam hal ROA (*Return on Asset*) dan ROE (*Return on Equity*) sebagai ukuran efisiensi sumber daya pengukuran kinerja keuangan yang tepat (Chu et al., 2018; Jacobson, 1987; Kabajeh et al., 2012). *Return on equity* adalah kunci untuk memberikan informasi yang berguna tentang kinerja utang dalam struktur modal itu manajer umum harus mencoba mempengaruhi untuk meningkatkan kinerja keuangan (Suryawanshi & Mueedh, 2014). Apabila desain SIA dapat dikaitkan dengan kinerja keuangan serta terkait dengan kinerja organisasi, maka kita dapat berpendapat bahwa desain SIA dapat diharapkan memiliki efek positif pada organisasi kinerja melalui ROA dan ROE. Namun, peneliti lain seperti Irham Muhajir (2013) mendukung penggunaan Return on Asset (ROA) dan Return on Equity (ROE) sebagai yang paling umum atas kinerja organisasi. Oleh karena itu, rumusan hipotesis dinyatakan sebagai berikut:

H1 : sistem informasi akuntansi berdampak positif terhadap kinerja keuangan

H2 : kinerja keuangan berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

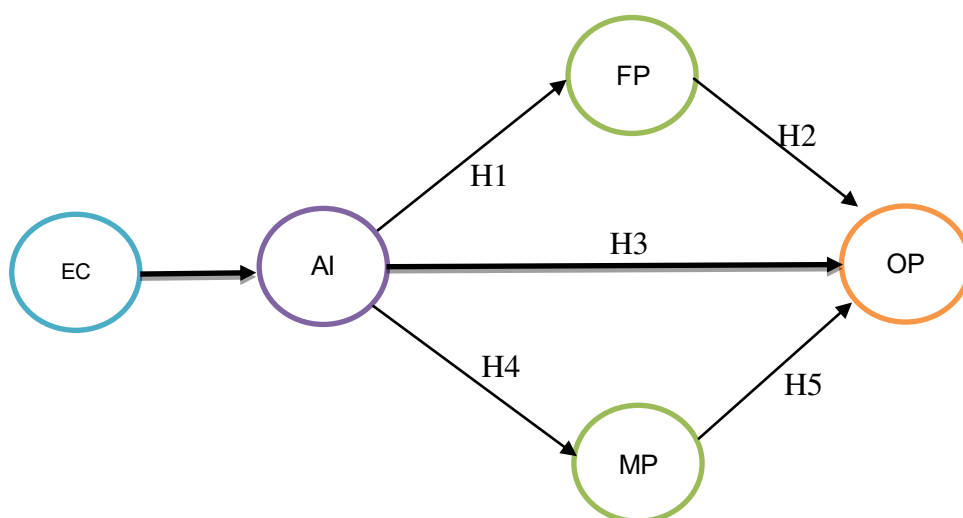
H3 : sistem informasi akuntansi berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

SIA dirancang untuk menyediakan informasi keuangan pada tiap tingkatan manajemen dengan tepat waktu dan akurat untuk mempengaruhi kinerja manajemen serta membantu membuat keputusan yang sesuai dengan tujuan organisasi (Hopwood, 1983, 1987). Kinerja organisasi adalah salah satu konstruksi terpenting dalam penelitian manajemen (Yeh et al., 2015). Hubungan antara SIA dan kinerja organisasi akan dimoderasi oleh kinerja pengelolaan, sehingga argumen perlunya menganalisis kesesuaian kontingensi antara SIA, kinerja kinerja manajemen dan organisasi menggunakan data akuntansi, pengambilan keputusan dan proses kontrol internal menjadi penting (Mohd Sam et al., 2012). Rumusan hipotesis dinyatakan sebagai berikut berikut:

H4 : sistem informasi akuntansi berdampak positif terhadap kinerja manajemen

H5 : kinerja manajemen berdampak positif terhadap kinerja organisasi.

Sesuai dengan tujuan yang dinyatakan sebelumnya dan konsisten dengan literatur terkait, penelitian ini menguji hipotesis seperti digambarkan dalam kerangka teoritis berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran Teoritis Adopsian dari Mohd Sam et al. (2012)

METODE PENELITIAN

Mengacu pada kajian Mohd Sam et al. (2012) dan Nisar & Prabhakar (2017) maka model persamaan struktural (*structural equational model-SEM*) dikembangkan untuk diuji dan dianalisis. Analisis dalam SEM dilakukan melalui tahapan: (1) Model konstruksi untuk menguji arah hubungan konstruk (variabel laten) menentukan hubungan kausal sesuai hipotesis, (2) Model pengukuran, untuk menguji validitas hubungan antara konstruk dan indikator, kemudian (3) dilakukan pengujian atas hipotesis.

Populasi dalam penelitian ini adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang menjadi mitra *e-commerce* dalam bentuk terdiri *e-marketplace* di Jawa Tengah, yang tercatat pada triwulan pertama tahun 2019 adalah 147.233. sesuai dengan data dari CNN

Indonesia (2019) bahwa tidak lebih dari 0,3 % UKM yang sukses menggunakan *e-commerce*, maka sampel dipilih dengan rerangka jumlah tersebut sebesar 441 unit. Sampel tersebut tersebar di Jawa Tengah, dengan distribusi mengikuti wilayah karisidenan sebagai berikut:

Tabel 1 Distribusi Sampel Penelitian

Karisidenan	Persentase	Proporsi Sampel
Banyumas	15,98	70
Kedu	16,63	73
Surakarta	19,27	84
Pati	12,85	55
Semarang	15,77	69
Pekalongan	19,50	90
Jumlah	100	441

sumber: BPS Jateng, 2019

UKM akan diberikan kuisisioner secara langsung baik oleh peneliti atau asisten peneliti, baik secara fisik maupun daring (*online*) untuk meningkatkan pengembalian data. Pertanyaan kuisisioner dalam instrumen penelitian terdiri dari skala lima poin pertanyaan tipe Likert, dengan pilihan sangat setuju untuk sangat tidak setuju. Kuisisioner terdiri dari 2 bagian; Bagian pertama berfokus pada demografi responden dan Bagian kedua mencakup pertanyaan utama. Kuisisioner terdiri dari dua puluh satu pertanyaan, yaitu dirancang dengan cermat untuk mengumpulkan data yang relevan. Instrumen Desain AIS diadopsi dari instrumen yang dikaji oleh Mohd Sam et al. (2012); Romney, Marshall B.; Steinbart (2018) dan Sajady, Dastgir, & Hashem Nejad (2008). Instrumen Kinerja keuangan diadopsi dari instrumen yang dikaji oleh Hayes & Reynolds (2005) dan Orlikowski (2000). Instrumen Manajemen Kinerja diadopsi dari instrumen yang dikaji oleh Barnett, Pearson, Pearson, & Kellermanns (2015); Curtis, Jenkins, Bedard, & Deis (2009). Instrumen Kinerja Organisasi diadopsi dari instrumen yang dikaji oleh Kwarteng & Aveh (2018) dan Mohd Sam et al. (2012). Instrumen tersebut akan diuji validitas dan reliabilitas dalam pengujian model pengukuran, sesuai analisis SEM yang dilakukan.

Tahapan pengujian SEM dengan WrapPLS dilakukan mengikuti tahapan menurut Ghazali & Latan (2017), yaitu: (1) Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*), merupakan pengujian atas model pengukuran (*measurement model*) dilakukan dengan

konstruk berbentuk refleksif dalam PLS dengan memperhatikan nilai *indicator reliability* untuk konstruk laten dan *indicator consistency reliability-composite reliability* untuk reliabilitas konstruk secara keseluruhan, (2) Evaluasi atas Model Struktural (Inner Model), merupakan pengujian yang dilakukan dengan memperhatikan indikator struktur hubungan antar konstruks dalam model persamaan. Penilaian indikator struktur model dengan memperhatikan besarnya persentase *variance* (R^2) untuk setiap variabel laten endogen untuk uji predictive relevance. Selain itu aplikasi WrapPLS juga menyebutkan kriteria goodness of fit (GoF), (3) Langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis dengan memperhatikan memperhatikan nilai koefisien jalur (path coefficient) dan signifikansinya pada tingkat $\alpha = 5\%$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan secara daring (*online*) melalui kuisisioner yang disampaikan kepada pelaku UKM, melalui jejaring UKM Jawa Tengah. Penyebaran kuisisioner daring dilakukan dari bulan Agustus sampai Oktober 2020. Terkumpul sebanyak 102 pelaku UKM yang merespon dengan memberikan jawaban secara daring. Jumlah tersebut sekitar 23,13% dari rerangka sampel yang diusulkan dan termasuk pengembalian yang memadai karena di atas 20%. Tidak ada respon kuisisioner yang masuk setelah 30 Oktober 2020 sehingga tidak diperlukan uji non response bias. Jumlah 102 data tersebut selanjutnya diolah untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2 menunjukkan sebaran responden berdasarkan wilayah usaha di Jawa Tengah. Responden terbanyak berasal dari Semarang sebesar 58 orang (56,86%), kemudian berasal dari Pekalongan sebanyak 13 orang (12,74%) dan tersedikit berasal dari Surakarta dan Kedu sebanyak 3 orang (2,94%).

Tabel 2 Sebaran Responden berdasarkan Wilayah

Wilayah Usaha	Jumlah responden	Persentase
Banyumas	9	8,82
Semarang	58	56,86
Pekalongan	13	12,74
Surakarta	3	2,94
Pati	16	15,86
Kedu	3	2,94
Total	102	100

Sumber: data yang diolah, 2020

Pelaku UKM menggunakan berbagai media sosial seperti terlihat pada Tabel 3. Aplikasi yang paling banyak digunakan pelaku UKM adalah Whatsapp, Facebook dan Marketplace: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada sebesar. Masih ada pelaku UKM yang tidak menggunakan media sosial dalam kegiatan bisnis sebanyak 3 orang (2,94%), yang secara detail adalah pedagang makanan kecil keliling.

Tabel 3 Penggunaan Media Sosial dalam Bisnis UKM

Jenis Media Sosial	Jumlah Pemakai	Persentase
Facebook	16	15.69
Whatsapp, Facebook & Instagram	5	4.90
Instagram	9	8.82
Media offline	3	2.94
Whatsapp	54	52.94
Marketplace: Shopee, Tokopedia, Bukalapak	15	14.71

Sumber: data yang diolah, 2020

Media sosial yang sering dipakai adalah aplikasi percakapan *online*- Whatsapp sebanyak 52,94% pengguna, aplikasi jejaring sosial – Facebook sebanyak 15,69% dan aplikasi perdagangan *online* (marketplace) sebanyak 14,71%. Bukti tersebut menunjukkan penggunaan media sosial oleh pelaku UKM telah intensif dilakukan, dengan berbagai jenis aplikasi mencapai 97.06%. Berbagai fitur aplikasi media sosial yang teridentifikasi digunakan untuk menunjang kegiatan bisnis maka dapat memenuhi kriteria *e-commerce*.

Tabel 4 mengungkapkan berbagai kondisi UKM. Sebagian besar pelaku UKM mulai berusaha antara 1 sampai tahun sebanyak 43 orang (42,67%), dengan jumlah karyawan kurang dari 3 orang sebanyak 80 UKM (78,43%). Pelaku UKM tersebut memiliki jenis usaha mayoritas adalah kuliner, sebanyak 48 orang (47,05%) disusul jenis fashion sebanyak 29 orang (28,43%) kemudian produk kreatif sebanyak 12 orang (11,76%). Pelaku UKM memiliki laba per bulan sebesar Rp 500.000 sampai Rp 1 juta dengan pendapatan per bulan adalah Rp 2 juta sampai Rp 5 juta. Kondisi tersebut menggambarkan jenis usaha, keuangan, operasional dan sumber daya manusia UKM.

Tabel 4 Kondisi Bisnis UKM

Lama Usaha	Jumlah Karyawan
------------	-----------------

< 1 tahun	20	19.60%	< 3	80	78.43%
1 – 3 tahun	43	42.67%	3 - 5	13	12.75%
3 – 5 tahun	17	21.56%	6 - 10	5	4.90%
>5 tahun	17	16.67%	11 -15	4	3.92%
Jumlah	102		Jumlah	102	
Jenis Usaha			Laba per Bulan		
Fashion	29	28.43%	< 500 ribu	20	19.61%
Kuliner	48	47.05%	500 - 1.000	46	45.10%
Agrobisnis	3	2.94%	1000-2.000	19	18.63%
Produk kreatif	12	11.76%	2.000 -4.000	13	12.75%
Produk teknologi	3	2.94%	>4000	4	3.92%
Otomotif	3	2.94%	Jumlah	102	
Sembako	4	3.92%	Pendapatan per bulan		
Jumlah	102		< 2 juta	37	36.27%
			2 - 5	48	47.06%
			5 - 7	7	6.86%
			7 -10	5	4.90%
			>10	5	4.90%
			Jumlah	102	

Sumber: data yang diolah, 2020

Terdapat satu indikator di Keamanan E-Commerc (EA) dan Manfaat *E-commerce* (EB) yang tidak dianalisis kaarena nilai loading factor kurang dari 0,5. Selain itu (2) diperhatikan nilai average variance extracted (AVE), apabila lebih dari 0,5 maka konstruks tersebut dikatakan valid. Uji validitas measurement model tersaji dalam tabel 5, yang menunjukkan bahwa konstruks penelitian digolongkan valid.

Tabel 5 Uji Validitas – Outer Measurement Model

Indikator	Convergent Validity Outer Loading Factor										
	KM	OS	EB	EA	EM	EC	ES	AI	FP	MP	OP
x1	0.890	0.803	0.565	-	0.708	0.898	0.690	0.793	0.727	0.558	0.650
x2	0.850	0.786	0.805	0.841	0.802	0.807	0.803	0.685	0.851	0.682	0.882
x3	0.899	0.811	-	0.889	0.772	0.894	0.706	0.873	0.762	0.746	0.828
x4		0.682	0.765	0.890	0.740		0.793	0.823	0.751	0.707	0.831
x5			0.664		0.715		0.671	0.872		0.752	0.684
x6			0.662		0.706			0.781		0.830	
x7			0.772		0.748					0.770	
x8			0.665		0.776						
x9			0.745		0.739						
x10			0.730		0.811						
AVE	0.774	0.597	0.506	0.763	0.566	0.752	0.540	0.652	0.599	0.526	0.609

Sumber: data yang diolah, 2020

Tabel 6 tersebut menyajikan nilai composite reliability (CR) dan cronbach alpha untuk tiap konstruk, yang apabila nilai lebih dari 0,7 maka konstruk tersebut digolongkan reliabel. Terlihat bahwa nilai CR tiap konstruk lebih dari 0,7 demikian juga nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa tiap konstruk penelitian reliabel.

Tabel 6 Uji Reabilitas -Outer Meaasurement Model

Indikator	Reliability Test										
	KM	OS	EB	EA	EM	EC	ES	AI	FP	MP	OP
CR	0.911	0.855	0.901	0.906	0.929	0.901	0.854	0.918	0.856	0.885	0.885
Cronbach	0.854	0.773	0.876	0.844	0.915	0.834	0.785	0.891	0.776	0.847	0.834

Sumber: data yang diolah, 2020

Tahap kedua, pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan memperhatikan nilai R^2 dan adjusted R^2 . Nilai R^2 dan adjusted R^2 di atas 0,33 sampai 0,67 yang tergolong moderat untntuk konstruk endogen: AI, FP, MP sedang OP tergolong tinggi karena lebih dari 0,7. Hal ini mendukung uji struktural bahwa model kinerja organisasi yang disampaikan mampu menjelaskan variasi sampel secara tinggi, seperti tersaji dalam Tabel 7 berikut:

Tabel 7 Uji Model Struktural

	AI	FP	MP	OP
R^2	0.469	0.508	0.534	0.768
Adjusted R^2	0.453	0.482	0.510	0.745

Sumber: data yang diolah, 2020

Tahap selanjutnya dilakukan uji *Goodness Fit of Model Indicies* dengan memperhatikan beberapa indikator kesesuaian model persamaan, sebagaimana tersaji pada tabel 8.

Tabel 8 Goodness Fit of Model Indicies

Model Fit and Quality Indices	Nilai	p
APC	0.178	0.000
ARS	0.570	0.000
AARS	0.548	0.000
Tenenhaus GoF	0.616	
RSCR	0.971	
SSR	1.000	
SPR Ratio	0.818	

Model Fit and Quality Indices	Nilai	p
-------------------------------	-------	---

Sumber: data yang diolah, 2020

Hasil pengujian pada Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai average path coefficient (APC) dan average R-squared (ARS) serta average adjusted R-squared (AARS) ternyata signifikan pada alfa 5%. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan fit. Nilai lain seperti Tenenhous GoF dan RSCR, SSR dan SPR Ratio mendukung penerimaan model persamaan/ Nilai Tanenhouse GoF tergolong tinggi karena di atas 0,36. Nilai RSCR termasuk ideal karena lebih dari 0,9. Nilai SSR juga diterima kuat karena lebih dari 0,7 sedang nilai rasio SPR menunjukkan penerimaan yang kuat karena lebih dari 0,7. Kondisi di atas menunjukkan bahwa model persamaan strukturan, konstruk dan indikator dapat secara fit menyajikan hubungan persamaan model.

Tabel 9 Hasil Uji Hubungan Kontruks

			Direct Effect	Indirect Effect	P	
KM	→	AI	0.459		0.000	*
OS	→	AI	0.331		0.000	*
EC	→	AI	-0.087		0.265	
EB	→	FP	0.018		0.450	
ES	→	FP	0.216		0.038	*
EM	→	FP	0.198		0.101	
EA	→	FP	0.045		0.335	
AI	→	FP	0.426	(H1)	0.000	*
EB	→	MP	0.353		0.006	*
ES	→	MP	0.115		0.187	
EM	→	MP	0.142		0.161	
EA	→	MP	-0.029		0.401	
AI	→	MP	0.244	(H5)	0.009	*
EB	→	OP	0.259		0.031	*
ES	→	OP	0.066		0.239	
EM	→	OP	0.002		0.494	
EA	→	OP	0.173		0.088	
AI	→	OP	0.181	(H3)	0.053	*
FP	→	OP	0.258	(H2)	0.007	*
MP	→	OP	0.190	(H5)	0.044	*

Sumber: data primer yang diolah, 2020 * signifikan pada $\alpha = 5\%$

Uraian di atas memberikan simpulan hasil atas hubungan antar konstruk, sebagai berikut: (1) Keberadaan Sistem Informasi Akuntansi ditentukan signifikan secara

langsung oleh dua variabel yaitu Karakteristik Manajemen dan Kesiapan Organisasi, (2) Kinerja Keuangan ditentukan signifikan secara langsung oleh Sistem Informasi Akuntansi, (3) Kinerja Manajemen ditentukan signifikan secara langsung oleh Sistem Informasi Akuntansi dan Manfaat *E-commerce* dan (4) Kinerja Organisasi ditentukan signifikan secara langsung oleh Kinerja Manajemen, Kinerja Keuangan, Manfaat *E-commerce* dan Pengelolaan *E-commerce*. Tabel 9 di atas juga menunjukkan uji atas hipotesis H1, H2, H3, H4 dan H5 memberikan hasil tidak dapat ditolak pada alfa 5%.

Uraian di atas memberikan temuan bahwa kinerja UKM ditentukan secara signifikan oleh kinerja keuangan, kinerja manajemen dan sistem informasi akuntansi. Kinerja manajemen mencerminkan pengelolaan sumber daya yang secara langsung tercermin dalam kinerja UKM, demikian juga kinerja keuangan berdampak langsung secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad (2013); Esmeray (2016); Gray et al. (2014) dan Häckner & Nilsson (1999) yang menjelaskan bahwa karakteristik UKM dengan rentang kendali pengelolaan terbatas, tidak dipisahkan antara pemilik dan pengelola serta pola operasional secara langsung mengakibatkan kondisi operasional dan keuangan secara langsung terkendali. Hal ini mengakibatkan kondisi UKM akan berdampak langsung dan signifikan terhadap kinerja UKM secara keseluruhan.

Desain sistem informasi akuntansi yang sesuai menentukan secara signifikan kinerja organisasi UKM yang mendukung hasil kajian dari Fekade (2017) dan Pérez Estébanez et al. (2010). Hasil yang sama juga terlihat pada kinerja keuangan dan kinerja manajemen terhadap kinerja organisasi UKM. Desain sistem informasi akuntansi merupakan mekanisme UKM untuk mengendalikan proses operasional dan mendukung efektivitas keputusan organisasi (Soudani, 2012; Vaassen & Hunton, 2009). Sistem akuntansi mempengaruhi perilaku dan manajemen kinerja dan menentukan kinerja bagian organisasi apalagi struktur dan organisasi UKM sangat terbatas (Häckner & Nilsson, 1999; Nouir & Samim, 2013). Pelaku UKM secara langsung memperoleh informasi keuangan dan operasional secara berkualitas dan dapat diandalkan. Informasi yang berkualitas dari desain SIA. Dukungan keputusan manajerial baik keuangan maupun operasional diambil untuk sistem informasi akuntansi UKM berbasis teknologi dan media sosial (Venkatraman & Fahd, 2016).

Sistem informasi akuntansi seringkali merupakan sumber informasi formal paling penting dalam industri organisasi. Desain SIA dirancang untuk menyediakan informasi keuangan pada tiap tingkatan manajemen dengan tepat waktu dan akurat untuk mempengaruhi kinerja manajemen serta membantu membuat keputusan yang sesuai dengan tujuan organisasi (Hopwood, 1983, 1987). Kinerja organisasi adalah salah satu konstruksi terpenting dalam penelitian manajemen (Yeh et al., 2015). Hubungan antara SIA dan kinerja organisasi akan dimoderasi oleh kinerja pengelolaan, sehingga argumen perlunya menganalisis kesesuaian kontingensi antara SIA, kinerja manajemen dan organisasi menggunakan data akuntansi, pengambilan keputusan dan proses kontrol internal menjadi penting (Mohd Sam et al., 2012). Desain SIA dalam penelitian ini secara signifikan ditentukan oleh kesiapan organisasi dan karakteristik manajemen. Hal tersebut merupakan faktor yang secara internal ditentukan UKM dalam mendesain model SIA. Temuan yang menarik juga bahwa biaya atas *e-commerce* tidak menjadi faktor penentu desain SIA, yang menunjukkan bahwa model SIA yang dipahami pelaku UKM tidak mengalami perubahan meskipun dengan menggunakan jenis apapun bentuk *e-commerce* (Llave, 2017).

Kinerja keuangan UKM ditentukan secara signifikan selain sistem informasi akuntansi juga oleh aspek kesesuaian *e-commerce*. Hal ini menjelaskan alasan pemilihan UKM atas media sosial yang masih terbatas pada aplikasi obrolan *online*, Whatsapp, yang mungkin dianggap lebih mudah, lebih cepat dan praktis dalam mengakomodasi transaksi *online*. UKM dalam konteks ini menjadikan aplikasi media sosial sebagai media bisnis, yang tidak lebih artikulasi jualan secara konvensional. Media *e-commerce* dalam bentuk marketplace meskipun sebagian UKM menggunakan, namun belum intensif mendukung kinerja keuangan. Pilihan *e-commerce* yang kurang sesuai berdampak pada akselerasi kinerja UKM sebagai dampak *e-commerce* (Kartiwi et al., 2006; Macchion et al., 2017).

Aspek lain yang secara langsung mempengaruhi kinerja UKM adalah manfaat *e-commerce*. Aspek ini menjadi dasar yang kuat capaian kinerja terutama kinerja manajemen. Manfaat *e-commerce* baik secara teknis, aksesibilitas, kemudahan dan kegunaan fitur diyakini sebagai salah satu faktor penentu kinerja manajemen, yang juga menentukan kinerja UKM (Dachlan et al., 2016; Duan et al., 2012). Aspek manfaat *e-commerce* ini tidak mempengaruhi kinerja keuangan namun pada kinerja manajemen

dan UKM secara organisasi. Aspek *e-commerce* lain seperti keamanan dan kemudahan tidak mempengaruhi baik sistem informasi akuntansi, kinerja keuangan, kinerja manajemen maupun kinerja organisasi UKM. Kondisi tersebut mendukung fakta bahwa pilihan sebagai besar media bisnis berbasis teknologi informasi yang dipilih pelaku UKM adalah media sosial dalam bentuk media obrolan *online*, jejaring sosial dan media komunikasi yang disebut Korhan & Ersoy (2016); Rouibah & Al-Qirim (2017); Turner & Endres (2017) sebagai translasi media penawaran konvensional. Hal tersebut mendukung temuan tidak banyak aspek *e-commerce* yang signifikan mempengaruhi baik desain sistem informasi akuntansi, kinerja keuangan dan kinerja manajemen secara langsung.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini telah menjelaskan berbagai hal, antara lain bahwa pertama kinerja UKM secara langsung ditentukan oleh desain sistem informasi akuntansi, kinerja manajemen dan kinerja keuangan. Kedua, desain sistem informasi akuntansi untuk UKM ditentukan secara signifikan oleh karakteristik manajemen dan kesiapan organisasi, yang juga memediasi hubungan terhadap kinerja keuangan dan manajemen. Temuan penelitian ini secara praktis memberi saran kepada pelaku UKM untuk memperhatikan faktor penentu desain sistem informasi akuntansi agar dapat mendesain secara tepat sehingga mampu meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja organisasi UKM secara keseluruhan. Desain sistem informasi tersebut sebagai akibat dari *e-commerce* perlu memperhatikan aspek kesiapan organisasi dalam menggunakan dan karakteristik manajemen sehingga dapat menggunakan *e-commerce* secara efisien, efektif dan produktif. Saran secara akademis berupa penelitian lebih lanjut yang mendeterminasi desain sistem informasi akuntansi pada pelaku UKM yang telah menggunakan *e-commerce* secara intensif sehingga dapat ditentukan jelas dampaknya.

REFERENSI

Ahmad, M. A. (2013). Effect of E-Commerce on Accounting Information System , Computerization Process and Cost Productivity. *American Journal of Computer Technology and Application*, 1(1), 1–6.

- Aini, N., & Rifani, L. (2015). Pengembangan Desain Sistem Informasi Akuntansi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Kampung Roti Surabaya. *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia, 2-3 Novemb(November)*, 509–524.
- Ainin, S., Parveen, F., Moghavvemi, S., Jaafar, N. I., & Shuib, N. L. M. (2015). Factors Influencing the Use of Social Media by SMEs and Its Performance Outcomes. *Industrial Management and Data Systems, 115(3)*. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2014-0205>
- Al-Qirim, N. (2007). The Adoption of e-Commerce Communications and Applications Technologies in Small Businesses in New Zealand. *Electronic Commerce Research and Applications, 6(4)*, 462–473. <https://doi.org/10.1016/j.eierap.2007.02.012>
- Barnett, T., Pearson, A. W., Pearson, R., & Kellermanns, F. W. (2015). Five-Factor Model Personality Traits as Predictors of Perceived and Actual Usage of Technology. *European Journal of Information Systems, 24(4)*, 374–390. <https://doi.org/10.1057/ejis.2014.10>
- Chenhall, R. H., & Morris, D. (1986). The Impact of Structure, Environment, and Interdependence on the Perceived Usefulness of Management Accounting Systems. *Source: The Accounting Review, 61(1)*, 16–35. <http://www.jstor.org/stable/247520%5Cnhttp://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>
- Chu, X., Luo, X. (Robert), & Chen, Y. (2018). A systematic review on cross-cultural information systems research: Evidence from the last decade. *Information and Management, April*, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.08.001>
- CNN Indonesia. (2018). *Hanya “Segelintir” UKM yang Sukses Jualan Online*. CNN Inonesia Online News. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180809202110-185-321027/hanya-segelintir-ukm-yang-sukses-jualan-online>
- Cooper, D. J., & Hopper, T. M. (1990). *Critical Accounts: Reorientating Accounting Research* (T. M. Cooper, David J.; Hopper (ed.); 1st ed.). MacMillan Press Ltd. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-09786-9>
- Curtis, M. B., Jenkins, J. G., Bedard, J. C., & Deis, D. R. (2009). Auditors’ Training and Proficiency in Information Systems: A Research Synthesis. *Journal of Information Systems, 23(1)*, 79–96. <https://doi.org/10.2308/jis.2009.23.1.79>
- Dachlan, N., Dwiridotjahjono, J., & Prabowo, B. (2016). Adoption of E-Commerce for Small and Medium Enterprises: Empirical Study in Indonesia. *The International Journal Of Business & Management, 4(12)*, 2321–8916. www.theijbm.com
- Duan, X., Deng, H., & Corbitt, B. (2012). Evaluating the critical determinants for adopting e-market in Australian small-and-medium sized enterprises. *Management Research Review, 35(3–4)*, 289–308. <https://doi.org/10.1108/01409171211210172>
- Esmeray, A. (2016). The impact of accounting information systems on firm performance: Empirical evidence in Turkish small and medium sized enterprises. *International Review of Management and Marketing, 6(2)*, 233–236.
- Fekade, S. (2017). The Impact of Accounting Information System on Organizational Performance: A Case Study on Pharmaceutical Fund and Supply Agency [Addis Ababa University]. In *Addis Ababa University: Vol. العدد الحا* (Issue 1). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ferrando, P. M., & Dameri, R. P. (2011). Accounting information systems. In S. Alessandro D’Atri; MAria, Ferrara; Joey, F. George; Paolo (Ed.), *Information*

- Technology and Innovation Trends in Organizations - ItAIS: The Italian Association for Information Systems* (13th ed., p. 327). Springer International Publishing.
- Ghasemi, M., Shafeiepour, V., Aslani, M., & Barvayeh, E. (2011). The impact of information technology (it) on modern accounting systems. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 112–116. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.11.023>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2017). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris* (Ed. 2). Badan Penerbit Undip.
- Gibbs, J., Kraemer, K. L., Dedrick, J., & Gibbs, Jennifer Kraemer, Kenneth L. Dedrick, J. (2003). Environment and policy factors shaping global e-commerce diffusion: A cross-country comparison. *Information Society*, 19(1), 5–18. <https://doi.org/10.1080/01972240309472>
- Gray, G. L., Chiu, V., Liu, Q., & Li, P. (2014). The expert systems life cycle in AIS research: What does it mean for future AIS research? *International Journal of Accounting Information Systems*, 15(4), 423–451. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2014.06.001>
- Häckner, E., & Nilsson, A. (1999). Accounting Information Systems in SMEs. *Journal of Enterprising Culture*, 07(01), 37–64. <https://doi.org/10.1142/s0218495899000042>
- Hayes, D. C., & Reynolds, J. K. (2005). Caroline's Candy Shop: An In-Class Role-Play of the Revenue Cycle. *Journal of Information Systems*, 19(1), 131–154. <https://doi.org/10.2308/jis.2005.19.1.131>
- Hopwood, A. G. (1983). On Trying to Study Accounting in The Contexts in Which It Operates. *Accounting, Organizations and Society*, 8(2–3), 287–305. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(83\)90035-1](https://doi.org/10.1016/0361-3682(83)90035-1)
- Hopwood, A. G. (1987). The archeology of accounting systems. In *Accounting, Organizations and Society* (Vol. 12, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(87\)90038-9](https://doi.org/10.1016/0361-3682(87)90038-9)
- Irham Muhajir, I. (2013). Pengaruh Return On Investment (ROI), Return On Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham (Penelitian pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdapat di BEI Tahun 2010) [UIN Sunan Gunung Djati]. In 2013. <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/2528>
- Jacobson, R. (1987). The Validity of ROI as a Measure of Business Performance. *American Economic Review*, 77(3), 470–478. <https://doi.org/10.2307/1804112>
- Kabajeh, M. A. M., Al Nu'aimat, S. M. A., & Dahmash, F. N. (2012). The Relationship between the ROA, ROE and ROI Ratios with Jordanian Insurance Public Companies Market Share Prices. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2(11), 115–120. www.ijhssnet.com
- Kartiwi, M., Macgregor, R. C., & Bunker, D. (2006). Electronic commerce adoption barriers in Indonesian small medium-sized enterprises (SMEs): An exploratory study. *12th Americas Conference on Information Systems, AMCIS 2006*, 3, 1812–1819. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84870198580&partnerID=40&md5=a2b191cdd33de3fbf6eaf89748679ad5>
- Kartiwi, Mira, Hussin, H., Suhaimi, M. A., Mohamed Jalaldeen, M. R., & Amin, M. R. (2018). Impact of External Factors on Determining E-Commerce Benefits Among SMEs in Malaysia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0105-7>

- Kartiwi, Mira, & MacGregor, R. C. (2007). Electronic Commerce Adoption Barriers in Small to Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Developed and Developing Countries: A Cross-Country Comparison. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 5(3), 35–51. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2171/docview/236504087/fulltextPDF/56DE9E3BD0614874PQ/4?accountid=25704>
- Kemenperin. (2019). *Kemenperin: Kontribusi UMKM Naik*. Kemenperin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik>
- Kocsis, D. (2019). A conceptual foundation of design and implementation research in accounting information systems. *International Journal of Accounting Information Systems*, 34(xxxx), 100420. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.06.003>
- Korhan, O., & Ersoy, M. (2016). Usability and functionality factors of the social network site application users from the perspective of uses and gratification theory. *Quality and Quantity*, 50(4), 1799–1816. <https://doi.org/10.1007/s11135-015-0236-7>
- Kwarteng, A., & Aveh, F. (2018). Empirical examination of organizational culture on accounting information system and corporate performance: Evidence from a developing country perspective. *Meditari Accountancy Research*, 26(4), 675–698. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-01-2018-0264>
- Lacka, E., Chan, H. K., & Yip, N. (2014). E-Commerce Platform Acceptance: Suppliers, Retailers, and Consumers. In *E-Commerce Platform Acceptance: Suppliers, Retailers, and Consumers*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-06121-4>
- Li, X., Troutt, M. D., Brandyberry, A., & Wang, T. (2011). Decision Factors for the Adoption and Continued Use of Online Direct Sales Channels Among SMEs. *Journal of the Association for Information Systems*, 12(1), 1–31. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.190.4131&rep=rep1&type=pdf>
- Liang, T.-P. P., & Turban, E. (2011). Introduction to the Special Issue Social Commerce: A Research Framework for Social Commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 16(2), 5–13. <https://doi.org/10.2753/JEC1086-4415160201>
- Lieberman, A. Z., & Whinston, A. B. (1975). A Structuring of an Events-Accounting Information System. *Accounting Review*, 50(2), 246–258. <http://links.jstor.org/sici?sici=0001-4826%28197504%2950%3A2%3C246%3AAASOAEI%3E2.0.CO%3B2-C>
- Llave, M. R. (2017). Business Intelligence and Analytics in Small and Medium-sized Enterprises: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 121(00), 194–205. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.027>
- Macchion, L., Moretto, A. M., Caniato, F., Caridi, M., Danese, P., & Vinelli, A. (2017). International e-commerce for fashion products: what is the relationship with performance? *International Journal of Retail and Distribution Management*. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-11-2015-0171>
- Maryeni, Y. Y., Govindaraju, R., Prihartono, B., & Sudirman, I. (2012). Technological and organizational factors influencing the e-commerce adoption by Indonesian SMEs. *2012 IEEE 6th International Conference on Management of Innovation and Technology, ICMIT 2012*, 436–441. <https://doi.org/10.1109/ICMIT.2012.6225845>
- Mauldin, E. G., & Ruchala, L. V. (1999). Towards a meta-theory of accounting information systems. *Accounting, Organizations and Society*, 24(4), 317–331. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(99\)00006-9](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(99)00006-9)

- Mohd Sam, M. F., Hoshino, Y., & Hayati Tahir, M. N. (2012). The Adoption of Computerized Accounting System in Small Medium Enterprises in Melaka, Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 7(18). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n18p12>
- Nisar, T. M., & Prabhakar, G. (2017). What factors determine e-satisfaction and consumer spending in e-commerce retailing? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39(May), 135–144. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.07.010>
- Nour, Y., & Samim, M. (2013). Accounting Information System of Tunisian SMEs: Complexity, Determinants and Impact on Financial Performance. *ERF 19th ANNUAL CONFERENCE March 3-5, 2013 | AFESD, Kuwait*, 2(4), 26.
- Orlikowski, W. J. (2000). Using Technology and Constituting Structures: A Practice Lens for Studying Technology in Organizations. *Organization Science*, 11(4), 404–428. [https://doi.org/10.1016/0022-2011\(74\)90182-7](https://doi.org/10.1016/0022-2011(74)90182-7)
- Pérez Estébanez, R., Urquía Grande, E., & Muñoz Colomina, C. (2010). Information technology implementation: Evidence in Spanish SMEs. *International Journal of Accounting & Information Management*, 18(1), 39–57. <https://doi.org/10.1108/18347641011023270>
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce di Indonesia. *Modus*, 27(2), 163–174.
- Rahayu, R., & Day, J. (2015). Determinant Factors of E-commerce Adoption by SMEs in Developing Country: Evidence from Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 142–150. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.423>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Robertson, D. C. (2015). Social Determinants of Information Systems Use. *Journal of Management Information Systems*, 5(4), 55–71. <https://doi.org/10.1080/07421222.1989.11517839>
- Romney, M. B., & Steinbart, P. J. (2018). *Accounting Information System* (14th ed.). Pearson Education Limited.
- Rouibah, K., & Al-Qirim, N. (2017). Factors Affecting Social Ecommerce Adoption in an Arab Country: Findings From a Qualitative Study. *Issues in Information Systems*, 18(2), 123–135.
- Sajady, H., Dastgir, M., & Hashem Nejad, H. (2008). Evaluation of the effectiveness of accounting information systems. *International Journal of Information Science and Management*, 6(2), 49–59.
- Soudani, S. N. (2012). The Usefulness of an Accounting Information System for Effective Organizational Performance. *International Journal of Economics and Finance*, 4(5), 136–145. <https://doi.org/10.5539/ijef.v4n5p136>
- Suryawanshi, B. R., & Mueedh, M. dhaif allah. (2014). Impact of E-Commerce on Accounting Information System in State Bank of India in Nanded City . *Asian Journal of Management Sciences*, 02(March), 211–213.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. In *Springer Texts in Business and Economics* (Eighth, Vol. 102, Issue 1). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Turner, S., & Endres, A. (2017). Strategies for Enhancing Small-Business Owners' Success Rates. *International Journal of Applied Management and Technology*,

- 16(1), 34–49. <https://doi.org/10.5590/IJAMT.2017.16.1.03>
- Vaassen, E. H. J., & Hunton, J. E. (2009). An eclectic approach to accounting information systems. *International Journal of Accounting Information Systems*, 10(4), 173–176. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2009.10.004>
- Venkatesh, V., & Brown, S. A. (2013). Bridging The Qualitative-Quantitative Divide: Guidelines for Conducting Mixed Methods: Research in Information System. *MIS Quarterly*, X(X), 1–34.
- Venkatraman, S., & Fahd, K. (2016). Challenges and Success Factors of ERP Systems in Australian SMEs. *Systems*, 4(2), 20. <https://doi.org/10.3390/systems4020020>
- Wang, L. (2011). Impact of Information Technology on Modern Systems of Accounting Management. *Advanced Materials Research*, 219–220(0), 1224–1227. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMR.219-220.1224>
- Yeh, C. H., Lee, G. G., & Pai, J. C. (2015). Using a Technology Organization Environment Framework to Investigate the Factors Influencing e-Business Information Technology Capabilities. *Information Development*, 31(5), 435–450. <https://doi.org/10.1177/0266666913516027>
- Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2007). Technology Acceptance: a Meta-Analysis of the TAM: Part 1. *Journal of Modelling in Management*, 2(3), 251–280. <https://doi.org/10.1108/17465660710834462>