PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DI KLATEN

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi

Peminatan :

Akuntansi Keuangan

Diajukan Oleh :

EKA SUCI RAHMAWATI

NIM.1422100841

FAKULTAS EKONOMI

UNVIERSITAS WIDYA DHARMA

KLATEN

2018

PERSETUJUAN

PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DI KLATEN

Diajukan Oleh :

EKA SUCI RAHMAWATI

NIM.1422100841

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan
Dewan Penguji Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Pada tanggal : .....

Pembimbing Utama	Pembimbing Pendamping
Agung Nugroho Jati S.E., M.Si., M.Pd., Ak., CA	Tri Utami S.E., M.Sc
NIDN. 0620017001	NIDN. 0610108901

Mengetahui
Ketua Program Studi Akuntansi

Agung Nugroho Jati S.E., M.Si., M.Pd., Ak., CA
NIDN. 0620017001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DI KLATEN

Diajukan Oleh :

EKA SUCI RAHMAWATI

NIM.1422100841

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma
dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi
Pada tanggal : .....

Ketua	Sekretaris
Dr. Sutrisno Badri, M.Sc NIDN. 0207055601	Oki Kuntaryanto S.E., M.Si., Ak. CA NIDN. 0018107901
Anggota	Anggota
Agung N Jati S.E., M.Si., M.Pd., Ak.,CA NIDN. 0620017001	Tri Utami S.E., M.Sc NIDN. 0610108901

Disahkan
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Sutrisno Badri, M.Sc
NIDN. 0207055601

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Eka Suci Rahmawati
NIM	: 1422100841
Program Studi	: Akuntansi
Fakultas	: Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DI KLATEN"** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 18 April 2018

Yang membuat pernyataan

METERAI TEMPEL

TGL. 20

A0557ADF958721578

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Eka Suci Rahmawati

MOTTO

Doa adalah kekuatan yang dapat mengubah keraguan menjadi kepastian.

Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu merasa sedih padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi jika kamu orang yang beriman.
QS. 3:139

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Ibuku tercinta yang sudah mendidik dan membesarkanku dengan sepenuh hati, selalu mendoakanku dalam setiap langkah.
2. Ayahku yang mengajarkan menjadi orang yang tangguh dan bertanggung jawab.
3. Keluargaku yang selalu mendukung dalam segala hal.
4. Almamater.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "**PENGARUH PENERAPAN E-COMMERCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN PADA PELAKU USAHA EKONOMI KREATIF DI KLATEN**".

Skripsi ini ditulis dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Univesitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Dr. Sutrisno Badri M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu juga dalam memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Agung Nugroho Jati, S.E., M.Si., M.Pd., Ak., CA., selaku Ketua Program Studi Akuntansi sekaligus Dosen Pembimbing Utama yang dengan sabar berkenan membantu, mengarahkan dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Tri Utami S.E. M.Sc., selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan sabar berkenan membantu, mengarahkan dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
6. Ayah dan Ibu, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini.
7. Teman–teman jurusan akuntansi angkatan 2014 yang telah membantu dan memberikan dukungan selama studi.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari penulisan penelitian ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata semoga penelitian ini mampu memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Klaten, 18 April 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

HALAMAN PERNYATAAN iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRAK xiv

BAB I PENDADULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 7

1.5 Sistematika Penulisan 8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10

2.1 Landasan Teori 10

2.1.1 Ekonomi Kreatif 10

2.1.2 Kinerja Keuangan 12
2.1.3 *E-commerce* 15
2.2 Pengembangan Hipotesis 19
2.3 Model Penelitian 23
BAB III METODE PENELITIAN 25
3.1 Jenis Penelitian 25
3.2 Populasi dan Sampel 25
3.3 Data dan Sumber Data 26
3.4 Metode Pengumpulan Data 26
3.5 Definisi Operasional Variabel 27
3.6 Alat Uji Statistik 28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 30
4.1 Hasil Penelitian 30
4.1.1 Pelaksanaan Penelitian 30
4.1.2 Statistik Deskriptif 33
4.1.3 Pengujian Normalitas Data 36
4.1.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan 37
BAB V SIMPULAN KETERBATASAN DAN SARAN 41
5.1 Simpulan 41
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran 43
DAFTAR PUSTAKA 45
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pengambilan Sampel 30

Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden 31

Tabel 4.3 Statistik Deskriptif 33

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data 36

Tabel 4.5 Hasil Uji *Paired T-Test* 37

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Model Penelitian 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Data Kinerja Keuangan Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif

Lampiran 3 : Hasil Uji Statistik Deskripsi

Lampiran 4 : Hasil Uji Normalitas Data

Lampiran 5 : Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 6 : Tabel Nilai t

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penerapan *e-commerce* terhadap kinerja keuangan pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Klaten, dengan membandingkan kinerja keuangan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*. Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan rasio *profit margin*, *gross profit margin* dan *net profit margin*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner dengan sampel berjumlah 30 sampel pelaku usaha ekonomi kreatif yang menggunakan *e-commerce* di Kabupaten Klaten. Alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *paired t-test*, dalam pengujian ini peneliti menguji perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce.* Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce* baik diukur dengan menggunakan rasio *profit margin*, *gross profit margin* maupun *net profit margin*.

Kata Kunci : *e-commerce, profit margin, gross profit margin, net profit margin*

ABSTRAK

The objective of this study is to examine the effect of e-commerce implementation on financial performance of creative economy enterprises in Klaten, by comparing the financial performance before and after the use of e-commerce. Financial performance is measured by profit margin, gross profit margin, and net profit margin ratio. The data in this study are collected from survey with questionnaire in 30 creative economy enterprises that used e-commerce. Paired t-test was used to test the hypotheses. The result shows that financial performance was differences (before and after use of e-commerce), if it is measured with profit margin, gross profit margin and net profit margin ratio.

Keywords: *e-commerce, profit margin, gross profit margin, net profit margin*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif menjadi salah satu penggerak ekonomi di era digital saat ini. Sistem perekonomian yang terbentuk menjadi sangat dinamis dan kompleks sehingga kreativitas dan pengetahuan menjadi aset untuk pengembangan ekonomi. Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat (Inpres No. 6 Tahun 2009). Istilah ekonomi kreatif diperkenalkan pertama kali oleh John Howkins (2001) dalam bukunya "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*" menjelaskan ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktu untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang, karena bagi masyarakat ini menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya menekankan pada pengembangan industri yang termasuk kelompok industri kreatif nasional, melainkan juga pada pengembangan berbagai faktor yang signifikan perannya dalam ekonomi kreatif yaitu sumber daya insani, bahan baku, teknologi, tatanan institusi dan lembaga pembiayaan yang menjadi komponen dalam model pengembangan (Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional

2009-2015, 2008). Ekonomi kreatif sering dikaitkan dengan konsep industri kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah menambahkan sub-sektor industri menjadi 16 yaitu arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, fotografi, kriya, kuliner, musik, *fashion*, aplikasi dan *game developer*, penerbitan, periklanan, televisi dan radio, seni rupa.

Pemerintah Indonesia melalui penetapan regulasi dan pemberian dukungan fasilitas ditujukan agar dapat meningkatkan perkembangan industri kreatif di Indonesia. Diharapkan dengan peran serta pemerintah, swasta maupun masyarakat umum serta pelaku usaha pada khususnya bisa memberikan pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia. Bagi pelaku usaha, hal ini merupakan sebuah wadah untuk kreativitas dan tantangan dalam pengembangan usaha mereka.

Kinerja dapat diartikan sebagai prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sukhemi, 2007). Kinerja keuangan ialah penentuan secara periodik efektifitas operasional suatu organisasi dan karyawannya berdasarkan sasaran, standar, dan kriteria yang ditetapkan sebelumnya (Mulyadi, 2007). Pengukuran

kinerja keuangan digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing di pasar bebas. Kinerja keuangan dapat diukur dengan rasio keuangan.

Rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka yang ada dalam laporan keuangan dengan membagi angka satu dengan angka lainnya (Kasmir, 2012). Rasio-rasio keuangan pada dasarnya disusun dengan menggabungkan angka-angka didalam atau antara laporan laba-rugi dan neraca (Hanafi dan Halim, 2009). Analisis rasio dikelompokkan kedalam lima macam kategori yaitu rasio likuiditas, rasio aktivitas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, rasio pasar (Hanafi dan Halim, 2009).

Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Terdapat tiga rasio pengukuran yaitu *pofit margin*, *return on total asset* (ROA), dan *return on equity* (ROE). *Profit margin* menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa diintepretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu.

Perkembangan teknologi informasi memiliki pengaruh terhadap transaksi ekonomi. *E-commerce* mulai diperkenalkan di Indonesia sejak tahun 1996 dengan munculnya situs http://www.sanur.com sebagai toko buku *online* pertama dan semakin berkembang sejalan perkembangan teknologi, dengan *e-commerce* memungkinkan perusahaan memperluas jaringan informasi bisnisnya. *E-commerce* merupakan penyebaran, pembelian, penjualan,

pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet, www, atau jaringan komputer lainnya. Penggunaan teknologi memberikan peluang bagi pengusaha dalam segala lini untuk menembus pasar global sehingga dapat meningkatkan daya saing ekonomi nasional.

Kemajuan teknologi memungkinkan perpindahan barang dan jasa dilakukan dengan lebih mudah dan waktu yang singkat. Kegiatan *e-commerce* tidak mengharuskan para pemasok, agen dan produsen memiliki *website* sendiri, saat ini banyak ditawarkan jasa penyedia layanan *website* seperti Tokopedia, Bukalapak, Shoppee, Elevenia dan sebagainya. Para produsen, agen atau pemasok hanya perlu mendaftarkan akun mereka sebagai penjual dan selanjutnya mereka bisa menawarkan barang atau jasa melalui web tersebut. Proses transaksi jual beli menjadi lebih mudah dan sangat efisien.

Seiring perkembangan ekonomi kreatif dan media digital dapat memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satunya penggunaan *e-commerce* memberikan kemudahan bagi pelaku usaha pada umumnya dan pelaku usaha ekonomi kreatif pada khususnya untuk melakukan penjualan produknya begitu pula dengan konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi pembelian. Jangkauan distribusi yang lebih luas memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan penjualannya, seiring dengan hal tesebut kinerja keuangan dapat meningkat pula. Ekonomi kreatif yang bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia, ide kreatif yang dituangkan dalam sebuah karya dapat dipublikasikan dengan cepat dan mudah dengan adanya media digital saat ini.

Penelitian tentang *e-commerce* telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Dianari (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian tesebut menggunakan pendekatan *auto regressve distributed lag* untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama tahun 1996-2015. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* yang direpresentasikan melalui perkembangan nilai transaksi, perkembangan jumlah situs bisnis, dan jumlah pengguna internet terbukti berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Oktavianus dan Harahap (2013) melakukan penelitian tentang analisis dampak penggunaaan *e-commerce* pada aspek pemasaran dan operasi terhadap kinerja usaha mikro kecil menengah di Indonesia. Penelitian tersebut menguji peran *e-commerce experience* dan *firm size* dalam memoderasi hubungan antara dampak penggunaan *e-commerce* pada aspek pemasaran dan aspek operasi terjadap kinerja usaha pada UMKM di Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh aspek operasi dan aspek pemasaran terhadap kinerja dan analisis regresi moderat untuk mengetahui peran *firm size* dan *e-commerce experience*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aspek operasi dan aspek pemasaran memberi pengaruh yang signifikan pada kinerja UMKM yang menggunakan *e-commerce*. Sedangkan *firm size* dan *e-commerce experience* dalam memoderasi aspek operasi dan aspek pemasaran terhadap kinerja, masing-masing menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh secara signifikan.

Mayangsari (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil dan menengah. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan ROA dan ROS. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perangkat lunak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja, baik diukur melalui ROA dan ROS. Sedangkan *e-commerce* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja bila diukur dengan ROA dan pengaruh positif tidak signifikan bila diukur dengan ROS.

Sejalan dengan penelitian di atas, peneliti ingin menguji ulang pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan pelaku usaha, namun terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Pertama, sepengetahuan peneliti belum pernah dilakukan penelitian pengaruh *e-commerce* terhadap kinerja keuangan yang menitikberatkan pada pelaku usaha ekonomi kreatif. Perkembangan ekonomi kreatif dan media digital sangat menarik diteliti sebab keduanya menunjukkan perkembangan yang sangat pesat di era modern saat ini. Kedua, peneliti menggunakan alat ukur rasio keuangan yang berbeda yaitu berupa rasio *profit magin* (PM), *gross profit margin* (GPM) dan *net profit margin* (NPM) untuk menilai kinerja keuangan pelaku usaha, peneliti memilih pengukuran kinerja keuangan menggunakan rasio profitabilitas karena menitikberatkan kinerja keuangan pada aspek pendapatan pada pelaku usaha. Menurut Brigman (1995) profitabilitas merupakan ukuran keberhasilan operasi perusahaan. Perusahaan dianggap mempunyai keunggulan bersaing apabila mempunyai tingkat laba yang tinggi

dari rata-rata tingkat laba normal. Penggunaan *e-commerce* dapat meningkatan pendapatan yang didukung dengan semakin luasnya jangkauan pemasaran, hal ini dapat meningkatkan laba usaha.

Berdasarkan uraian latar belakang maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Penerapan E-commerce Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Klaten**". Dilihat dari judul tersebut maka pengaruh penerapan *e-commerce* dapat dilihat ketika terjadi perbedaan kinerja keuangan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*?
2. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *gross profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*?
3. Apakah ada perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *net profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Menguji adakah perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.

2. Menguji adakah perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *gross profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.
3. Menguji adakah perbedaan kinerja keuangan (jika diukur dengan rasio *net profit margin*) sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna sebagai referensi bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi pelaku usaha, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan peluang bisnis seiring berkembangnya teknologi dan industri kreatif saat ini.
2. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai umpan balik sehingga dapat dijadikan masukan untuk membuat kebijakan dalam pengembangan usaha ekonomi kreatif berbasis teknologi .
3. Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya di masa mendatang.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan hasil penelitian ini dalam lima bab yang saling berkaitan, yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, kajian teori mengenai variabel-variabel penelitian dan hubungan diantara variabel penelitian. Bab ini juga menggambarkan model penelitian dan mendeskripsikan hipotesis penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan diuraikan mengenai gambaran pelaksanaan penelitian, karakteristik responden penelitian, deskripsi data, uji normalitas data, pengujian hipotesis penelitian dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Pada bagian ini dijelaskan tentang simpulan yang berdasarkan analisis dari bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran.

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisa tentang Pengaruh Penerapan *E-Commerce* Terhadap Kinerja Keuangan Pada Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif di Klaten dan hasil uji statitstik untuk rasio keuangan pelaku usaha pada periode 2 tahun sebelum dan 2 tahun sesudah menggunakan *e-commerce* dapat ditarik kesimpulan yang merupakan jawaban permasalahan dalam mencapai tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan pertama penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce* berdasarkan analisa dan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*, dengan kata lain H_1 terdukung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayangsari (2012) tentang pengaruh perangkat lunak akuntansi dan *e-commerce* terhadap kinerja perusahaan pada usaha mikro, kecil dan menengah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perangkat lunak berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja, baik diukur melalui ROA dan ROS. Sedangkan *e-commerce* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap kinerja bila

diukur dengan ROA dan pengaruh positif tidak signifikan bila diukur dengan ROS.

2. Tujuan kedua penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *gross profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce* berdasarkan analisa dan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *gross profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*, dengan kata lain H_2 terdukung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sholihin dan Mujilahwati (2016) tentang dampak pemanfaatan *e-commerce* terhadap peningkatan penjualan di usaha mikro kecil menengah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya sistem *e-commerce* penjualan mengalami peningkatan.
3. Tujuan ketiga penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *net profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce* berdasarkan analisa dan hasil uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kinerja keuangan jika diukur dengan rasio *net profit margin* sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*, dengan kata lain H_3 terdukung. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprapto (2016) tentang pengaruh penetapan harga dan *e-commerce* terhadap tingkat penjualan pada usaha jack donut di Curug Tanah Baru Depok. Hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh langsung penggunaan

e-commerce terhadap tingkat penjualan sebelum dan sesudah menggunakan *e-commerce*.

Penggunaan *e-commerce* dapat memberikan dampak positif dengan meningkatkan kinerja keuangan, dalam konteks ini peningkatan kinerja keuangan dicapai dengan memperbesar penjualan seiring dengan hal tersebut penerapan *e-commerce* mengurangi biaya-biaya yang ada dalam proses penjualan seperti biaya pemasaran.

5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Beberapa hal yang menjadikan adanya keterbatasan pada penelitian ini dan saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada pelaku usaha ekonomi kreatif di Kabupaten Klaten sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk pelaku usaha pada umumnya. Hal ini dikarenakan perbedaan demografi wilayah dan kapasitas penggunaan *e-commerce*. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas daerah penelitian dan dapat membandingkan sub sektor industri kreatif satu dengan lainnya, sebab industri kreatif pada saat ini sangat berkembang dengan pesat.
2. Data penelitian diperoleh berdasarkan asumsi responden dengan menggunakan kuesioner. Hal ini memungkinkan terdapat perbedaan antara asumsi dengan keadaan yang sebenarnya. Penelitian selanjutnya diharapkan memperoleh data penelitian yang berasal dari laporan keuangan yang lebih rinci agar data yang diperoleh lebih akurat.

3. Penelitian ini membatasi pengukuran kinerja keuangan dengan menggunakan tiga rasio yaitu *profit margin*, *gross profit margin* dan *net profit margin*. Hal ini memungkinkan masih ada rasio lain yang dapat digunakan dalam pengukuran kinerja keuangan yang dipengaruhi dengan penggunaan *e-commerce* seperti rasio likuiditas, solvabilitas, pasar dan aktivitas. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah *e-commerce* dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja keuangan secara menyeluruh. Perlunya melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh *e-commerce* dengan menyertakan rasio kinerja keuangan lebih detail sehingga dapat diketahui bahwa *e-commerce* dapat mempengaruhi vaiabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Ekonomi Kreatif. 2016. www.bekraf.go.id/subsektor. Diakses tanggal 17 Desember 2017.

BPS: Jumlah E-commerce di Indonesia Capai 26,2 Juta. http://bisnis.liputan6.com/read/2602680/bps-jumlah-e-commerce-di-indonesia-capai-262-juta. Diakses Tanggal 11 Februari 2018

Brihgam, E.F dan Houston, J.F. 2010. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.

Brigman, E.F. (1995). Social Psychology. Second Edition. New York: Harper Collins Publishers Inc.

Dianari, G.F. 2017. *Pengaruh E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Skripsi. Universitas Katolik Parahyangan: Bandung.

Ghozali, I. 2009. Aplikasi Analisis Multivariet dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Gunasekaran, A., Marri, H.B., McGaughey, R.E. dan Nebwani, M.D. 2002. *E-commerce and its impact on operations management*. International Journal of Production Economics.

Hanafi, M.M dan Halim, A. 2007. *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Howkins, J. 2001.*The Creative Economy : How People Make Money from Ideas*. Penguins Books, London.

Indonesia Kreatif. www.indonesiakreatif.bekraf.go.id/ikpro/programs/apa-itu-ekonomi-kreatif/. Diakses tanggal 14 Desember 2017.

Industri Kreatif Produk Makanan Berbasis Pangan Lokal untuk Kesejahteraan Rakyat. www.kompasiana.com/pauzisanggemuruh/industri-kreatif-produk-makanan-berbasis-pangan-lokal-untuk-kesejahteraan-rakyat_551b02df81331137489de37a. Diakses Tanggal 11 Februari 2018.

Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangnan*. PT Rajagrafindo: Jakarta.

Karagozoglu, N, & Lindell. 2004. *Electronic Commerce Strategy, Operation and Performence in Small and Medium Size Enterprises*. Journal of Small Business and Enterprise Development.

Khan, M.R., dan Motiwalla, L. 2002. *The influence of E-commerce Initiatives on Corporat Perfomance: An Empirical Invertigation in the United States*. International Journal Management, XLX(3).

Mayangsari, A. 2012. *Pengaruh Perangkat Lunak Akuntansi dan E-commerce Tehadap Kinerja Perusahaan Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah.* Skripsi. Universitas Indonesia: Jakarta.

Mujilahwati, S. & Sholihin, M. 2016. *Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Peningkatan Penjualan di UMKM*. Jurnal. Vol.8. No.1.

Mulyadi. 2001. *Sistem Akuntansi*. Jakarta : Salemba Empat.

Munawir, S. 2010. *Analisa Laporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty.

Oktavianus, C.R dan Harahap, A.M. 2013. *Analisis Dampak Penggunaaan E-commerce Pada Aspek Pemasaran dan Operasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia*. Jurnal. Universitas Indonesia: Jakarta.

Pangestu, M.E. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Cetak Biru Kreatif : Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Prospek Belanja Online. www.tekno.kompas.com/read/2012/10/05/02371027/ prospek.belanja.quotonlinequot. Diakses Tanggal 11 Februari 2018.

Purbo, O.W dan Wahyudi, A.A. 2001. *Mengenal E-commerce*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Reiner, R.K dan Cegielski, C.G. 2011. *Introduction to Information Systems: Supporting and Transforming Bussines*. United State: John Wiley & Sons.

Suprapto, H.A. 2016. *Pengaruh Penetapan Harga dan E-commrce Terhadap Tingkat Penjualan Pada Usaha Jack Donut di Curug Tanah Baru Depok*. Skripsi. Universitas Indrapasta PGRI: Jakarta.

Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.