

PENGARUH E-COMMERCE PADA PENDAPATAN MAHASISWA 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA DALAM BERBISNIS

Dania Salsabela¹, Hwihanus²

1222200016@gmail.com-sby.ac.id¹, hwihanus@untag-sby.ac.id²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ABSTRAK

Teknologi tidak hanya digunakan untuk mengakses berita ataupun mencari informasi, tetapi juga membantu kita dalam berinteraksi, berkomunikasi, bahkan menjual barang (berdagang) dengan pihak lain yang berasal dari berbagai negara dengan aman, cepat dan terjangkau harganya. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini, pesatnya media digital mempengaruhi banyaknya perusahaan mencoba untuk memasarkan berbagai produknya, salah satunya yaitu platform digital. Manfaat dari adanya media digital tersebut sebagai sarana dalam mempromosikan kepada public melalui internet agar mendapatkan profit besar bagi para pengusaha. Riset ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami bagaimana pengaruh penggunaan E-Commerce pada tingkat pendapatan Mahasiswa pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Riset tersebut dilakukan kepada Mahasiswa 17 Agustus Surabaya yang sudah menggunakan e-commerce dalam mengenalkan produk mereka, teknik yang diambil yaitu menggunakan metode random sampling. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan penggunaan e-commerce terhadap peningkatan pendapatan Mahasiswa pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang bermakna jika penggunaan E-commerce semakin meningkat maka pendapatan mahasiswa dalam menjalankan bisnisnya juga meningkat.

Kata Kunci : E-Commerce, Pendapatan Mahasiswa, Teknologi.

ABSTRACT

Technology is not only used to access news or find information, but also helps us in interacting, communicating, and even selling goods (trading) with other parties from various countries safely, quickly and affordably. In recent years, the rapid development of digital media has influenced many companies trying to market their various products, one of which is digital platforms. The benefits of the existence of digital media are as a means of promoting to the public through the internet in order to get big profits for entrepreneurs. This research was conducted with the aim of understanding how the use of E-Commerce was affected on the income level of students at the University of August 17, 1945 Surabaya. The research was conducted on August 17 Surabaya students who have used e-commerce in introducing their products, the technique taken is using the random sampling method. The data analysis tool used is SPSS. The results of the study show that there is a positive and significant influence of the use of e-commerce on the increase in student income at the University of August 17, 1945 Surabaya which means that if the use of E-commerce is increasing, the income of students in running their business will also increase.

Keywords: E-Commerce, Student Income, Technology.

PENDAHULUAN

Internet adalah satu diantara kemajuan pada bidang teknologi komunikasi yang pertumbuhannya begitu pesat dan mempersembahkan bermacam kemudahan dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Dengan kemudahan yang didapatkan tersebut menjadikan seseorang selalu bergantung pada sebuah internet, karena setiap orang dengan mudah mengakses dunia global dengan tujuan mencari informasi dalam menyokong kegiatan apa saja yang ingin dilakukan.

Teknologi tidak hanya digunakan untuk mengakses berita ataupun mencari informasi, tetapi juga membantu kita dalam berinteraksi, berkomunikasi, bahkan

menjual barang (berdagang) pada pihak konsumen atau pembeli dari berbagai negara dengan cepat, paraktis, dan terjangkau. Dalam kurun waktu beberapa tahun belakangan ini, pesatnya media digital mempengaruhi banyaknya perusahaan mencoba untuk memasarkan berbagai produknya, salah satunya yaitu platform digital. Manfaat dari adanya media digital tersebut sebagai sarana dalam mempromosikan kepada public melalui internet agar mendapatkan profit besar bagi para pengusaha.

E-commerce adalah sebuah media promosi untuk menjual atau mengenalkan barang secara online. Electronic commerce merupakan kegiatan menjual dan membeli atau bertransaksi dengan online melalui media elektronik, seperti internet. Dalam e-bisnis, e-coommerce adalah salah satu bagian yang mencakup seluruh proses dalam menjalankan perusahaan secara daring dan menyajikan berbagai perubahan seperti proses menjual dan membeli yang tidak lagi diperlukan secara langsung di tempat, seperti halnya toko konvensional yang memerlukan proses jual beli secara daring.

Kehadiran dari e-commerce membawakan fasilitas yang baik pada pebisnis karena begitu menjanjikan pada era sekarang ini, karena e-commerce sangat menjanjikan dan memudahkan unruk kedua pihak yaitu penjual dan pembeli dalam menjalankan aktivitas transaksi berdagang, meski kedua pihak tersebut antara penjual dan pembeli berada pada di daerah atau negara yang berbeda mereka tetap bisa melakukan proses pemesanan barang yang dikomunikasikan dan dilakukan dimana saja.

Salah satu manfaat hadirnya e-commerce di era digital saat ini membantu dan mendorong mahasiswa dalam menyebarluaskan barang (produk) yang mereka jual dengan sangat mudah untuk konsumen (pembeli) dan mengembangkan area atau jangkauan keseluruhan daerah. Melalui platform digital mahasiswa mendapatkan keuntungan, seperti jangkauan pasar yang luas tanpa harus memiliki toko fisik, biaya operasional yang lebih rendah, serta kemudahan dalam melakukan promosi melalui media sosial. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, mahasiswa dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan. Selain itu, mereka dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam hal analisis pasar, pengelolaan inventaris, serta pelayanan pelanggan untuk meningkatkan efisiensi dan keuntungan bisnis.

Namun, di balik potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh mahasiswa dalam menjalankan bisnis berbasis e-commerce. Kompetisi yang ketat, perubahan tren konsumen, serta tuntutan untuk terus berinovasi menjadi beberapa faktor yang perlu diantisipasi agar bisnis mereka dapat bertahan. Selain itu, manajemen waktu juga menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa yang harus membagi fokus antara kegiatan akademik dan bisnis.

TINJAUAN TEORI

Grand Theory

Teori Manajemen

Teori manajemen menurut (Hwihanus et al.2019) menyatakan bahwa akuntansi manajemen sangat membantu dan menyokong dalam proses mengenai pengendalian serta pengawasan dsism menyelesaikan kendala yang muncul dari adanya ketidak-konsistennya sebuah organisasi. Sedangkan menurut (Santoso & Kemala Putri.2023) menyatakan bahwa akuntansi manajemen adalah suatu hal berupa informasi mengenai finansial yang ditimbulkan oleh manajemen dari kegiatan suatu entitas atau organisasi yang bertujuan untuk menentukan keputusan perihal ekonomi sesuai dengan fungsinya.

Middle Theory

Signaling Theory

Signaling Theory atau dengan kata lain teori sinyal merupakan sebuah teori yang menyatakan bahwa bagaimana perusahaan tersebut mampu memberi koneksi atau sinyal pada seseorang (pengguna) laporan keuangan berupa informasi, dimana informasi tersebut mampu membantu dalam hal mengambil keputusan yang tepat (Muhharomi dkk, 2021). Sinyal atau koneksi tersebut diberikan kepada pihak yang memiliki informasi dan berita agar dapat disampaikan kepada pihak penerima secara relevan, kemudian pihak penerima tersebut mampu menyesuaikan aktivitasnya berdasarkan pada pemahaman yang mereka peroleh pada sinyal itu sendiri.

Stakeholder Theory

Teori Stakeholder merupakan konsep manajemen ini menyatakan bahwa entitas tersebut dilarang hanya untuk mengambil langkah sesuai dengan kepentingan pada pemiliknya tersendiri atau disebut dengan stakeholder, tetapi bertindak saja tidak cukup harus diimbangi dengan mempertimbangkan berupa kepentingan dari pihak yang sedang terlibat pada entitas tersebut. Stakeholder dengan kata lain dapat disebut sebagai pemegang saham, kreditur, supplier dan konsumen serta pihak-pihak eksternal lainnya (Anggriyanti, D.I., & Hwihanus, 2024).

Applied Theory

Pendapatan

Pendapatan menurut (Hartono., 2019) menyatakan bahwa pendapatan pada perusahaan timbul karena adanya kenaikan atau peningkatan sisi aset dan sisi liabilitas berkurang atau menurun akibat adanya kegiatan operasi mengenai barang ataupun jasa pada masyarakat terutama pada pihak konsumen. Sedangkan menurut (Sochib., 2018) pendapatan ialah sirkulasi masuknya aktiva yang muncul dikarenakan adanya penyerahan berupa barang ataupun jasa dengan bantuan suatu entitas selama periode yang ditentukan.

Sedangkan bagi perusahaan, pendapatan itu muncul sendiri karena adanya pemberian dari operasi pokok yang menyebabkan bertambahnya nilai aset pada perusahaan tersebut, karena dasarnya memang untuk menambah modal bagi perusahaan. Tetapi dalam kepentingan akuntansi, adanya penambahan modal tersebut dapat mengakibatkan penyerahan berupa barang kepada pihak tertentu dan dicatat sendiri pada akun bagian pendapatan.

Financial Behavior

Financial behavior ini merupakan sebuah strategi yang dilakukan tiap-tiap orang hanya untuk dapat melakukan pengelolaan keuangan dan mempergunakan sumber financial yang sedang dimiliki saat ini. Seseorang yang mempunyai wewenang terhadap perilaku finansialnya agar keuangan dapat dipergunakan secara efektif yaitu dengan melakukan strategi mencatat keuangan, menyimpan, dan mengelola pengeluaran, berinvestasi dan membayarkan kewajiban dengan waktu yang tepat (Suryono., 2017).

METODE PENELITIAN

Riset ini disajikan dengan mengaplikasikan data primer dan mempergunakan model regresi linier berganda pada riset tersebut. Data yang didapatkan dari riset ini yaitu memakai metode survei, dimana pada riset kali ini menyebarkan pertanyaan berupa kuesioner kepada seluruh responden yang diinginkan dengan menyebarkan secara langsung maupun melalui online dengan berupa google form. Data yang diaplikasikan pada riset tersebut adalah data kuantitatif dengan disajikan berupa angka.

Definisi dari metode kuantitatif menurut (Sugiono., 2017) adalah metode penelitian yang dasarnya terletak di filsafat positivisme, metode ini digunakan dalam meneliti sampel (populasi) tertentu. Pengumpulan data pada metode kuantitatif ini

menggunakan instrument penelitian yang bersifat statistik atau kuantitatif yang bertujuan dapat menentukan uji hipotesis yang telah ditentukan. Riset ini mempunyai tujuan dalam menguji Variabel Independen (X) yang merupakan perdagangan elektronik (Ecommerce) Terhadap kenaikan pendapatan mahasiswa atau Variabel Dependen (Y), serta sampel ini ditentukan berdasarkan metode random sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas dilakukan untuk menilai tingkatan keakuratan setiap item dalam angket, dengan menggunakan rumus korelasi product moment. Bilamana hubungan antara setiap pertanyaan dan hasilnya menunjukkan tingkat signifikansi $< 5\%$ dan nilai rhitung $>$ nilai kritis, maka pertanyaan tersebut dianggap valid. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas terhadap angket:

R tabel N=5 adalah 0.878

Karena nilai R hitung (Pearson Correlation) diatas 0.878 semua maka data ini valid dan dapat digunakan.

Menurut tabel diatas, tingkatan pada reliabilitas mengenai tanggapan dari responden pada kuesioner yang telah disebarkan pada responden, ialah berupa variabel Ecommerce (X) yaitu dengan nilai $0,961 > 0,60$ serta peningkatan pada variabel pendapatan (Y) dengan nilai $0,949 > 0,60$. Maka dapat diambil hasil dari pengujian reliabilitas pada semua variabel reliable.

Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.478	8.598		1.917	0.128
	X	-0.116	0.513	-0.112	-0.225	0.833

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 16.478 - 0.116 + e$$

1. Nilai konstanta sebesar 16.478 menunjukkan bahwa jika variabel X (variabel independen) sama dengan 0, maka nilai rata-rata dari variabel Y (variabel dependen) adalah 16.478. Ini merupakan titik awal nilai Y ketika X tidak memiliki pengaruh.
2. Koefisien regresi sebesar -0.116 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada variabel X akan menyebabkan penurunan nilai Y sebesar 0.116. Tanda negatif di sini berarti ada hubungan negatif antara X dan Y, artinya ketika X meningkat, Y cenderung menurun.

UJI T

1. Nilai t-hitung: Diketahui t-hitung = -0.225.
 2. Jumlah sampel (n): Diketahui jumlah sampel = 6.
 3. Derajat kebebasan (df): $df = n - 2 = 6 - 2 = 4$.
 4. Signifikansi: Umumnya digunakan tingkat signifikansi 0,05.
- Selanjutnya, kita membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel:

- Cari nilai t-tabel dengan $df = 4$ dan $\alpha = 0,05$ (uji dua arah).
- Berdasarkan tabel t distribusi, nilai t-tabel dengan $df = 4$ dan $\alpha = 0,05$ adalah sekitar 2.776.

Kesimpulan:

- Jika $|t\text{-hitung}| < t\text{-tabel}$, maka tidak ada pengaruh signifikan.
- Jika $|t\text{-hitung}| > t\text{-tabel}$, maka ada pengaruh signifikan.

Dalam kasus ini, $|t\text{-hitung}| = 0.225 < t\text{-tabel} = 2.776$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y pada tingkat signifikansi 0,05.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk memahami hasil uji koefisien determinasi dari data yang diberikan, mari kita uraikan masing-masing nilai:

1. R (Koefisien Korelasi) = 0.112

Koefisien korelasi (R) menunjukkan kekuatan dan arah hubungan linear antara dua variabel. Nilai R berkisar antara -1 dan 1:

- Jika R mendekati 1 atau -1, hubungan antar variabel semakin kuat (positif atau negatif).
- Jika R mendekati 0, hubungan antara variabel lemah.

Dalam kasus ini, R sebesar 0.112 menunjukkan hubungan yang sangat lemah antara variabel X (independen) dan Y (dependen). Hubungan tersebut positif, meskipun sangat kecil.

2. R Square (Koefisien Determinasi) = 0.0013

R Square menunjukkan seberapa besar proporsi variasi pada variabel dependen (Y) yang bisa dijelaskan oleh variabel independen (X). Nilai ini berkisar antara 0 hingga 1.

- Nilai R Square sebesar 0.0013 berarti bahwa hanya sekitar 0.13% dari variasi pada variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X . Ini sangat kecil, yang menunjukkan bahwa model regresi hampir tidak memiliki kekuatan penjelas.

3. Adjusted R Square = -0.234

- Adjusted R Square merupakan versi yang disesuaikan dari R Square, yang mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam model serta ukuran sampel. Nilai ini digunakan untuk menghindari overfitting, terutama ketika ada banyak variabel independent
- Nilai Adjusted R Square yang negatif (-0.234) menunjukkan bahwa model regresi ini tidak memprediksi variabel dependen dengan baik. Artinya, model ini kemungkinan besar lebih buruk dibandingkan jika kita hanya menggunakan rata-rata Y untuk memprediksi nilai Y (tanpa mempertimbangkan variabel X).

KESIMPULAN

Berdasarkan riset diatas dalam pengujian dan penganalisaan mengenai pengaruhnya penggunaan E-commerce pada peningkatan pendapatan terhadap mahasiswa 17 Agustus Surabaya. Menganalisa dan menguji dilakukan dengan mengaplikasikan analisis pada SPSS. Mengenai hasil riset yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh inti atau simpulan bahwa seseorang yang menggunakan E-commerce mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terutama pada tingkat pendapatan pada Mahasiswa 17 Agustus Surabaya. Hal tersebut mempunyai makna bahwa semakin meningkatnya penggunaan E-commerce pada pengguna maka akan memperoleh hasil peningkatan pada pendapatan bagi para pengguna elektronik digital tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggriyanti, D. I. (2024). Analisis Fundamental Makro, Karakteristik, Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Kepemilikan, Manajemen Laba, Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2023. Akuntansi.
- Aprilyan, Y. &. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Lombok Barat. Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi.
- Harnanto. (2019). Dasar-Dasar Akuntansi. Yogyakarta : Deepublish.
- Krismiaji. (2015). Sistem Informasi Akuntansi. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Putri, S. N. (2024). Analisis Fundamental Makro Dan Fundamental Mikro Terhadap Nilai

- Perusahaan Dengan Struktur Modal, Kinerja Keuangan, dan Struktur Kepemilikan Dengan Variabel Intervening Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI . Jurnal Ilmu mManajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan.
- Saad, W. N. (2017). Pengaruh E-commerce terhadap peningkatan sentra indutri keripik pisang Bandarlampung ditinjau dari etika bisnis islam (Studi pada Sentra industri keripik pisang di Kota BandarLampung). PhD Thesis. UIN Raden Intan Lampung.
- Saidah, S. L. (2023). Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan Karakteristik Perusahaan, Struktur Modal, Dan Kinerja Manajemen Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce, 424-438.
- Sochib, S. (2018). Pengaruh Manajemen Laba dan Net Interest Margin Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Swasta Nasional. Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan dan Pajak.
- Sugiyanto, T. R. (2019). Financial Literacy, Financial Attitud, and Financial Behavior of Young Pioneering bussinessenterpreneurs. International Conference on Organiziatiol Innovation. Atlantis Press.
- Suryanto. (2017). Pola Perilaku Keuangan Mahasiswa di Perguruan Tinggi . Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi.
- Yadewanti, D. &. (2017). Pengaruh E-Commerce terhadap minat berwirausaha. JURNAL RESTI (Rekayasa Sistem dan Teknologi Informasi).