

Exploring Aplikasi Gojek dalam Mencapai Laba Organisasi (*Exploring the Gojek Application in Achieving Organizational Profits*)

Lesi Hertati^{1*}, Yuliasnyah Yuliasnyah²

Universitas Indo Global Mandiri, Palembang^{1*}, Universitas Lampung-Indonesia²

lesihertati@uigm.ac.id



Riwayat Artikel

Diterima pada 15 Desember 2023

Revisi 1 pada 3 Maret 2024

Revisi 2 pada 27 Juli 2024

Revisi 3 pada 29 Juli 2024

Disetujui pada 31 Juli 2024

Abstract

Purpose: This study aims to determine e-commerce and organizational performance in terms of organizational profits. As a form of e-commerce, e-commerce has become an integral part of modern business strategies. Organizational performance, which includes operational efficiency and goal achievement, is a key factor in achieving business success.

Research methodology: The research method used in this study uses primary data from a questionnaire as a data collection instrument. The research sample was randomly selected from 43 Gojek users at Indo Global Mandiri University. The data used was an exploratory statistical method that measured the relationship between variables.

Results: The results indicate that e-commerce and organizational performance contribute to increasing organizational profits. The use of technology can improve customer accessibility, operational efficiency, and an organization's ability to reach global markets. Organizational performance also plays an important role in determining profit levels. Organizations that perform well tend to achieve higher profits by providing a better understanding of the impact of e-commerce.

Limitations: The importance of organizational performance in achieving profit goals and managerial roles can help organizations optimize strategies to improve their overall organizational performance and achieve better profits.

Contribution: Follow-up studies could explore other aspects of e-commerce and organizational performance as well as consider additional variables to deepen the understanding of this relationship.

Keywords: E-Commerce, Organizational Performance, Organizational Profit: Accounting System, Information Technology

How to cite: Hertati, L., Yuliasnyah, Y. (2024). Exploring Aplikasi Gojek dalam Mencapai Laba Organisasi. *Jurnal Ilmu Siber dan Teknologi Digital*, 2(2), 123-137.

1. Pendahuluan

Gojek adalah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan layanan transportasi berbasis aplikasi. Teknologi Informasi (TI) dalam konteks Gojek mencakup penggunaan sistem informasi dan teknologi untuk menyediakan layanan transportasi, pengiriman barang, dan berbagai layanan lainnya kepada pengguna melalui aplikasi mobile (Huang & Huang 2020). Transportasi merupakan salah satu bidang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Era teknologi saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Kemajuan teknologi membuat informasi lebih mudah diakses oleh semua orang sehingga dengan cepat mendapatkan informasi tentang pasar, kompetitor, dan tren industri guna membuat keputusan yang lebih cepat dan berbasis data. Pengusaha memiliki akses yang sama terhadap informasi ini, persaingan menjadi semakin ketat sehingga perusahaan harus semakin kreatif dan inovatif (Min and Wolfenbarger 2005).

Teknologi inovasi terjadi dengan cepat sehingga perusahaan yang tidak berinovasi berisiko tertinggal dimana kompetitor yang lebih cepat mengadopsi teknologi baru, memaksa pengusaha untuk terus berinovasi dan memperbarui produk atau layanan mereka agar tetap relevan dan kompetitif. Teknologi terjadi secara otomatisasi diberbagai proses bisnis guna meningkatkan dan efisiensi serta mengurangi biaya. Pengusaha yang mengadopsi teknologi otomatisasi dapat menyediakan layanan dengan lebih efisien dibandingkan yang masih menggunakan metode tradisional. Hal ini meningkatkan tekanan persaingan karena perusahaan harus terus mencari cara untuk meningkatkan efisiensi operasional.

Internet dan teknologi komunikasi membuka pasar global bagi banyak perusahaan, termasuk usaha kecil dan menengah. Teknologi memberi peluang pada perusahaan guna menjual produk dan layanan ke seluruh dunia bersaing dengan perusahaan dari seluruh dunia, bukan hanya lokal atau nasional. Teknologi telah meningkatkan harapan pelanggan terhadap pengalaman berbelanja dan layanan, sehingga pengusaha harus mampu menyediakan pengalaman pelanggan yang luar biasa melalui situs web, aplikasi, dan platform e-commerce, yang tidak mampu memenuhi harapan akan kalah bersaing dengan yang dapat memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Teknologi berubah dengan cepat, dan pengusaha harus mampu beradaptasi dengan perubahan, yang lambat beradaptasi dengan tren pasar terbaru akan tertinggal, kecepatan perubahan ini menambah tingkat persaingan karena hanya yang paling adaptif yang bisa bertahan.

Penggunaan data dan analitik telah menjadi faktor kunci dalam strategi bisnis sehingga perusahaan yang mampu mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan data dengan efektif dapat membuat keputusan yang lebih baik dan mengidentifikasi peluang lebih cepat, dalam kemampuan analitik data menjadi semakin ketat berlomba-lomba untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Teknologi digital marketing telah mengubah cara perusahaan mempromosikan produk dan layanan dan memanfaatkan alat-alat digital seperti SEO, SEM, media sosial, dan iklan digital untuk mencapai dan menarik pelanggan. Persaingan di ruang digital sangat intens ke semua bisnis guna mendapatkan perhatian konsumen yang sama. Teknologi menurunkan hambatan untuk masuk ke pasar, memungkinkan lebih banyak startups muncul dan menantang pemain lama. Banyak startups menggunakan model bisnis yang disruptif, mengubah cara tradisional dalam berbisnis dan memaksa perusahaan besar untuk beradaptasi atau menghadapi risiko kehilangan pangsa pasar.

Penelitian tentang teknologi berkolaborasi dengan perusahaan guna menciptakan ekosistem bisnis yang terintegrasi memungkinkan perusahaan untuk bekerja sama dan menciptakan nilai tambah. Namun, ini juga berarti persaingan bukan hanya antara perusahaan individual, tetapi antara ekosistem yang berbeda. Era teknologi membawa tantangan dan peluang yang besar bagi pengusaha. Untuk bertahan dan berkembang, pengusaha harus terus berinovasi, beradaptasi dengan perubahan, dan memanfaatkan teknologi secara efektif untuk menciptakan nilai bagi pelanggan di butuhkan suatu produk *e-commerce* yang mampu untuk memudahkan konsumen bertransaksi menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan peluangnya untuk memperluas wilayah usahanya terancam maka perusahaan tersebut tidak akan mampu tumbutan berkelanjutan. Salah satu aplikasi teknologi informasi yang banyak digunakan oleh dunia usaha untuk meningkatkan daya saing adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*). E-commerce adalah media untuk melakukan perdagangan elektronik dan memasarkan barang dan jasa melalui Internet.

E-commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem inventaris otomatis. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa e-commerce adalah kegiatan pemasaran barang atau jasa dengan menggunakan teknologi informasi melalui sistem informasi (Briggs, Deretti, and Kato 2020; Choshin and Ghaffari 2017)). Modal angkutan umum perkotaan sering kali mengalami sejumlah permasalahan, antara lain jadwal setiap moda transportasi yang tidak stabil, pola rute yang memaksa penumpang berpindah ke moda transportasi lain, lonjakan populasi pada jam-jam sibuk, dan perilaku pengemudi yang sering ceroboh menjadi solusi bagi para milenial (Pashutan, Abdolvand, and Harandi 2022; Abbas et al. 2024).

Aplikasi Go-mart digunakan untuk top up pulsa, top up uang elektronik seperti Pay Pro (dari Indosat), menambah saldo game e-wallet seperti coda pay, dll. Fitur ini sering digunakan oleh orang-orang yang

tidak bertanggung jawab. Isu *take out* fiktif yang berjumlah jutaan hingga merugikan puluhan driver Gojek hanya karena sakit hati karena ditolak, atau sering beredar di media sosial, ada yang meminta mengisi permainan e-money, kartu kredit, atau e-wallet lalu di Sopir tiba di alamat tersebut dan menghilang. (Hanafizadeh, Shafia, and Bohlin 2021; Gupta et al. 2023). Hasil yang diharapkan diperoleh suatu organisasi dari tindakan orang-orangnya disebut laba organisasi. Laba organisasi sebagai sebuah konsep telah mengalami berbagai perkembangan baik dari segi pengukuran maupun definisinya (Juru and Gorda 2021). Laba organisasi terbentuk dari sistem informasi akuntansi yaitu kegiatan keuangan dan non keuangan yang beragam yang masih menjadi isu dan terus mengalami perkembangan, dengan perkembangan terkait konsep-konsepnya antara lain efektivitas, efisiensi, ekonomi, kualitas, konsistensi perilaku dan norma, (Li, Yuan, and Tian 2023; Hendricks and Mwapwele 2023). Hasil penelitian Puspitawati et al. (2023) membuktikan bahwa laba organisasi adalah keberhasilan sistem informasi akuntansi dan tim dalam mewujudkan sasaran strategis yang telah ditetapkan sebelumnya dengan perilaku yang diharapkan serta kemampuan untuk pencapaian tugas organisasi dengan menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien

Hasil penelitian Nugraha et al. (2022) menunjukkan bahwa gojek adalah perusahaan teknologi asal Indonesia yang menyediakan berbagai layanan transportasi, logistik, pembayaran, dan banyak lagi melalui aplikasi sistem informasi akuntansi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Gojek mengalami pertumbuhan signifikan dalam jumlah pengguna dan diversifikasi layanan yang dimulai dari layanan *ride-hailing*, GoFood (pengantaran makanan), GoSend (pengiriman barang), GoPay (dompet digital), dan GoMart (belanja kebutuhan sehari-hari) namun fitur sering digunakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab, terkait pesanan fiktif hingga merugikan puluhan driver Gojek dan berbagai penipuan seperti permainan *e-money*, kartu kredit, atau *e-wallet* (Rachmat et al. 2023). Sistem Informasi akuntansi membantu Gojek dalam menerapkan pengendalian internal yang efektif untuk mencegah penipuan, kesalahan, dan ketidaktepatan dalam pencatatan keuangan. Teknologi sistem informasi dapat melacak semua transaksi keuangan dan memberikan peringatan jika aktivitas yang mencurigakan (Hertati & Iriadi, 2023)

Peneliti yang menemukan bahwa keterkaitan sistem informasi akuntansi sangat erat dengan perusahaan Gojek yaitu jaringan sistem yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan memproses data akuntansi serta menghasilkan informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan. Sistem informasi akuntansi terintegrasi secara akurat dengan perusahaan gojek hal ini dibuktikan dengan peningkatan dalam pendapatan, terutama dari layanan utama seperti GoFood dan GoPay guna mencapai profitabilitas secara konsisten, terutama karena tingginya investasi pada ekspansi dan pengembangan teknologi, (Azmi et al. 2023.). Penelitian menguji sistem informasi akuntansi memberi informasi akuntansi terakomodir dengan data Gojek guna mencatat semua transaksi keuangan dengan akurat dan efisien. Informasi ini kemudian digunakan untuk membuat laporan keuangan seperti laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas. Laporan informasi akuntansi sangat penting untuk evaluasi kinerja keuangan dan pengambilan keputusan strategis, (AlMuhayfith and Shaiti 2020).

Untuk mengkaji sistem informasi akuntansi guna mendukung proses perencanaan dan penganggaran Gojek dibutuhkan data historis yang tersimpan dalam sistem untuk digunakan membuat proyeksi keuangan dan anggaran tahunan hal ini membantu manajemen dalam merencanakan strategi bisnis dan memastikan penggunaan sumber daya yang efisien, (Handoyo et al. 2023). Sistem informasi akuntansi berfungsi membantu Gojek untuk mematuhi peraturan dan standar akuntansi yang berlaku dan menyediakan dokumentasi lengkap yang diperlukan lebih efisien dan transparan. Hasil penelitian (Hussain, Shahzad, and Hassan 2020) keterkaitan sistem informasi akuntansi dalam menyediakan data dan laporan yang diperlukan untuk analisis kinerja dan pengambilan keputusan manajemen Gojek menggunakan informasi untuk mengidentifikasi tren, mengevaluasi kinerja, dan membuat keputusan strategis yang informasional. Sistem informasi akuntansi Gojek menggunakan berbagai fitur seperti *Customer Relationship Management* (CRM), *Enterprise Resource Planning* (ERP), dan sistem logistik terintegrasi dengan sistem-sistem guna memastikan aliran informasi yang lancar dan koheren di seluruh organisasi. Sistem informasi akuntansi yang efektif, pada organisasi Gojek dapat dibuktikan dari sistem pengelolaan keuangan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, (Medne and Lapina 2019).

2. Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis

Teori penelitian ini mengadopsi teori signaling yang dihubungkan dengan manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Magatef et al. 2023). Segala tindakan mengandung informasi akibat adanya asimetri informasi, dimana salah satu pihak mempunyai informasi lebih banyak dibandingkan pihak lainnya (Rumanti, Rizana, and Achmad 2023). Salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan mengurangi asimetri informasi. Salah satu cara untuk mengurangi asimetri informasi adalah dengan memberikan sinyal kepada pihak eksternal berupa informasi keuangan yang positif dan dapat dipercaya, sehingga akan mengurangi ketidakpastian prospek masa depan perusahaan sehingga meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan, (Salah and Ayyash 2024).

Perdagangan elektronik atau e-commerce adalah perdagangan elektronik yang menghubungkan pelaku usaha, komunitas, dan konsumen tertentu melalui transaksi digital atau elektronik untuk menyediakan barang, jasa, hak pengambilalihan, kontrak, dan pembayaran. Mekanisme dan proses. E-commerce mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dan layanan produk dalam sistem elektronik seperti Internet atau bentuk jaringan Internet lainnya. Perdagangan elektronik, atau sering kali hanya e-commerce, adalah model bisnis atau transaksi yang dilakukan secara online dengan menggunakan Internet. Dalam e-commerce, aktivitas penjualan, pemasaran, dan pembelian dilakukan melalui Internet. Hampir semua barang atau jasa dapat diperdagangkan melalui e-commerce, seperti gadget, tiket transportasi, desain, dan lainnya (Qashou and Saleh 2018). Karakteristik *E-commerce*. Terdapat beberapa karakteristik mengenai e-commerce, yakni : Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan.

Penelitian Paredes-Corvalan et al. (2023) mengungkapkan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Kinerja perusahaan merupakan sesuatu yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja perusahaan hendaknya merupakan hasil yang dapat diukur dan menggambarkan kondisi empiris suatu perusahaan dari berbagai ukuran yang disepakati (Li, Yuan, & Tian 2023). Kinerja merupakan hal penting yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena kinerja mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumberdaya nya. Kinerja perusahaan diukur dengan menggunakan pengukuran subjektif yang berdasarkan pada persepsi staf dan manajer perusahaan. Dimensi pengukuran kinerja yang lazim digunakan dalam berbagai penelitian adalah pertumbuhan (*growth*), kemampuan laba (*profitability*) dan efisiensi (Hendricks and Mwapwele 2023; Gupta et al. 2023).

E-commerce dan kinerja organisasi dalam mengelolanya berdampak signifikan pada keuntungan organisasi jika menguasai akses pasar yang lebih luas, pengurangan biaya operasional, peningkatan pengalaman pelanggan, analitik data yang lebih baik, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas promosi semuanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan margin keuntungan. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan e-commerce dalam strategi bisnis cenderung melihat pertumbuhan yang lebih cepat dan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

E-commerce mempengaruhi laba organisasi melalui peningkatan penjualan, pengurangan biaya operasional, efisiensi rantai pasokan, peningkatan pengalaman pelanggan, analitik data yang lebih baik, fleksibilitas promosi, dan pengurangan biaya pemasaran. Dengan mengoptimalkan penggunaan e-commerce, organisasi dapat mencapai peningkatan pendapatan dan keuntungan yang signifikan, sekaligus memperkuat daya saing mereka di pasar global (Abbas et al. 2024).

E-commerce memungkinkan organisasi untuk mengelola rantai pasokan dengan lebih efisien melalui integrasi sistem dan analitik data dimulai dari produksi hingga penjualan barang dan jasa, setelah dikurangi seluruh biaya yang digunakan dalam kegiatan operasi dan penyediaan barang atau jasa. Dengan mengadopsi e-commerce, banyak proses bisnis dapat diotomatisasi dan efisiensi operasional meningkat, yang berdampak pada pengurangan biaya, pertumbuhan pendapatan, margin, yang menjamin kemampuan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dan berinvestasi dalam peluang pertumbuhan. Dalam konteks ini, e-commerce memiliki dampak positif terhadap keuntungan

organisasi, (Pashutan, Abdolvand, and Harandi 2022). **H1** : *E-Commerce* berpengaruh terhadap laba organisasi. Penelitian Briggs, Deretti, and Kato (2020) membuktikan bahwa hasil kerja yang berkaitan erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan, dan berkontribusi terhadap perekonomian. Kinerja perusahaan merupakan apa yang dihasilkan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu terhadap standar yang telah ditetapkan, (Septiani, 2020). Strategi bisnis terakut erat dengan teknologi e-commerce, yang mengubah cara organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan berdampak signifikan pada keuntungan organisasi (Choshin and Ghaffari 2017).

E-commerce dan kinerja organisasi dalam mengelolanya berdampak signifikan pada keuntungan organisasi yaitu menguasai akses pasar yang lebih luas, pengurangan biaya operasional, peningkatan pengalaman pelanggan, analitik data yang lebih baik, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas promosi semuanya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan margin keuntungan. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan e-commerce dalam strategi bisnis cenderung melihat pertumbuhan yang lebih cepat dan berkelanjutan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dalam hal ini adalah perusahaan Go-Jek. **H2**: Kinerja organisasi berpengaruh terhadap keuntungan organisasi

E-commerce adalah mekanisme dan proses e-commerce yang menghubungkan pelaku usaha, komunitas, dan konsumen tertentu melalui transaksi digital atau elektronik untuk menyediakan barang, jasa, hak pengambilalihan, kontrak, dan pembayaran. E-commerce mencakup distribusi produk, penjualan, pembelian, pemasaran, dan layanan yang dilakukan dalam sistem elektronik seperti Internet atau bentuk jaringan Internet. E-commerce memungkinkan organisasi untuk menjual produk dan layanan mereka secara global tanpa batasan geografis. Dengan platform e-commerce, bisnis dapat mencapai pelanggan di berbagai wilayah, meningkatkan basis pelanggan potensial mereka secara signifikan **H3**: E-commerce dan kinerja organisasi berdampak pada keuntungan organisasi.

3. Metode penelitian

Asari et al. (2023) menyatakan bahwa penelitian ini merupakan data primer bersumber secara langsung dari lapangan. Metode investigasi merupakan penyelidikan yang dilakukan untuk mempelajari fakta tentang gejala yang ada dan mencari informasi faktual. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme (mengandalkan empirisme) dan digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Alat penelitian yang digunakan bersifat objektif dan analisis datanya bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dalam bentuk kuesioner kepada driver Gojek yang berlokasi di Jalan Demang Lebar Daun, Kec. Illians Barat bersedia.

Asari et al. (2023) mendefinisikan populasi sebagai semua elemen yang akan dijadikan sebagai wilayah inferensi atau generalisasi. Unsur keseluruhan adalah keseluruhan benda yang akan diukur, yaitu satuan yang diteliti. Populasi sasaran penelitian ini adalah 75 orang driver Gojek di Jalan Demang Lebar Daun Kec. Ilir Barat 1. Untuk populasi dalam penelitian ini (populasi terbatas), karena besarnya dapat dihitung dengan menggunakan kriteria yang jelas dan tidak ambigu. Sampel adalah sebagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Secara umum, penelitian ilmu perilaku menggunakan kelompok dan sampel manusia. Teknik yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin (2020) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

E : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (1%).

Secara umum analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y) (Asari et al. 2023). Pada regresi berganda variabel independen (variabel X) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel Y), jumlahnya lebih dari satu. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Pengaruh *E-commerce* (X1), Kinerja Organisasi (X2) sedangkan variabel dependen adalah Laba organisasi (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah :

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

Dimana :

Y : Laba Organisasi
a : Konstanta
b₁, b₂, : Koefisien masing-masing faktor
X₁ : Pengaruh *e-commerce*
X₂ : Sistem Informasi Akuntansi
e : Standard error

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala atau kejadian yang diukur. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel (n-2) dengan jumlah sampel (n) = 43 dan besarnya df dapat dihitung 43 - 3 = 40, dengan df = 40. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

Tabel 1. Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel/Indikator	r Hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-commerce</i>				
1.	X1.1	0,360	0,2573	Valid
2.	X1.2	0,763	0,2573	Valid
3.	X1.3	0,767	0,2573	Valid
4.	X1.4	0,817	0,2573	Valid
5.	X1.5	0,749	0,2573	Valid
6.	X1.6	0,735	0,2573	Valid
Sistem Informasi Akuntansi				
1.	X2.1	0,893	0,2573	Valid
2.	X2.2	0,782	0,2573	Valid
3.	X2.3	0,514	0,2573	Valid
4.	X2.4	0,590	0,2573	Valid
5.	X2.5	0,873	0,2573	Valid
6.	X2.6	0,893	0,2573	Valid
7.	X2.7	0,447	0,2573	Valid
8.	X2.8	0,496	0,2573	Valid
9.	X2.9	0,611	0,2573	Valid
10.	X2.10	0,542	0,2573	Valid
Laba Organisasi				
1.	Y.1	0,427	0,2573	Valid
2.	Y.2	0,901	0,2573	Valid
3.	Y.3	0,866	0,2573	Valid
4.	Y.4	0,841	0,2573	Valid
5.	Y.5	0,574	0,2573	Valid
6.	Y.6	0,743	0,2573	Valid
7.	Y.7	0,891	0,2573	Valid
8.	Y.8	0,370	0,2573	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan uji validitas pada tabel 1 didapat nilai r hitung $> r$ Tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana keandalan suatu alat pengukur. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan rumus Alpha. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel dirangkum pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
<i>E-commerce</i>	0,792	Reliabel
Sistem Informasi Akuntansi	0,857	Reliabel
Laba Organisasi	0,845	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu di atas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur. Pengujian Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam mode regresi. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan nilai *Varian Inflation factor (VIF)*. apabila nilai VIF berada < 10.00 dan nilai *tolerance* di $> 0,10$ maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinearitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.670	2.246		.298	.767		
	<i>E-commerce</i>	.484	.166	.368	2.917	.006	.280	3.574
	Sistem Informasi Akuntansi	.489	.108	.573	4.538	.000	.280	3.574

a. Dependent Variable: Laba Organisasi

Dari hasil uji multikolinieritas diatas dapat diketahui nilai *inflation faktor (VIF)* kedua variabel, yaitu pengaruh *e-commerce* sebesar 3,574 dan kinerja organisasi sebesar 3,574 lebih kecil dari 10.00 dan nilai toleransi dari variabel *e-commerce* sebesar 0,280 dan kinerja organisasi sebesar 0,280 lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang sempurna antara variabel *e-commerce* dengan variabel Sistem Informasi Akuntansi, artinya tidak terjadi persoalan multikolinearitas antar variabel independen.

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual, dari suatu pengamatan ke pengawasan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, yaitu mengkolerasi nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikan pada uji t lebih dari 0,05, maka pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Pengujian Heteroskedastistas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.761	1.275		2.949	.005
	<i>E-commerce</i>	-.122	.094	-.376	-1.297	.202

Sistem Informasi Akuntansi	.038	.061	.179	.617	.541
----------------------------	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan output diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan variabel pengaruh *e-commerce* (X1) sebesar 0,202 lebih besar dari 0,05 dan nilai signifikan variabel kinerja organisasi (X2) sebesar 0,541 lebih besar dari 0,05. Maka pada variabel regresi ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas, artinya berdasarkan hasil pengujian heteroskedasitas fan model regresi dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen yaitu pengaruh *e-commerce* dan kinerja organisasi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau homokedastisitas, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas antar variabel independen, sehingga penelitian dapat dilanjutkan. Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara dalam hal variabel independen. Uji autokolerasi dapat dilakukan dengan cara uji *Durbin Watson (DW test)*. Adapun cara mendeteksi terjadinya autokolerasi secara umum dapat diambil patokan sebagai berikut:

- Angka DW Dibawah – 4 berarti ada Autokorelasi
- Angka DW diantara -4 Sampai 4 berarti Tidak terdapat Autokorelasi.
- Angka DW di atas 4 berarti ada Autokorelasi Negatif.

Tabel 5. Hasil Pengujian Autokolerasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.906 ^a	.822	.813	3.16377	2.245

a. Predictors: (Constant), Kinerja Organisasi, E-commerce

b. Dependent Variable: Laba Organisasi

Berdasarkan tabel di atas, nilai DW dapat diketahui sebesar 2,245, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel DW signifikansi 5%, dengan jumlah sampel 43 (n) dan jumlah variabel independen 2 (k = 2), maka diperoleh nilai du sebesar 1,6091, dan nilai DW sebesar 2,245 lebih nesar dari batas atas (du) yakni 1,6091 dan kurang dari (4-du) atau $4 - 1,6091 = 2,3909$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data pada variabel distribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berdistribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang bisa digunakan adalah statistik nonparametrik. Dalam pembahasan ini digunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Tabel 6. Hasil Pengujian Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.08752702
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.080
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil output diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 karena signifikansi untuk seluruh variabel lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data variabel *e-commerce* dan kinerja organisasi berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian normalitas maka dapat

disimpulkan bahwa semua data berdistribusi secara normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian memenuhi asumsi normalitas. Hal ini berarti variabel independen yaitu pengaruh *e-commerce* dan kinerja organisasi berdistribusi normal, sehingga penelitian dapat dilanjutkan.

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data harus bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan program SPSS versi 19.0 diperoleh hasil seperti tabel 7 berikut ini.

Tabel 7. Regresi Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.670	2.246		.298	.767
	<i>E-commerce</i>	.484	.166	.368	2.917	.006
	Sistem Informasi Akuntansi	.489	.108	.573	4.538	.000

a. Dependent Variable: Laba Organisasi

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 7 diperoleh variabel bebas $X_1 = 0,484$, $X_2 = 0,489$ dan konstanta sebesar 0,670 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 0,670 + 0,484X_1 + 0,489X_2$$

Y = Variabel dependen (Laba organisasi)
 X_1 = Variabel independent (*E-commerce*)
 X_2 = Variabel independent (Sistem Informasi Akuntansi)

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- Nilai sebesar 0,670 adalah konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari variabel kedua variabel independen, maka variabel laba organisasi mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 0,670.
- Koefisien regresi 0,484 menyatakan bahwa *e-commerce* akan meningkatkan laba organisasi sebesar 48,4 % tanpa dipengaruhi faktor lain.
- Koefisien regresi 0,489 menyatakan bahwa Sistem Informasi Akuntansi meningkatkan laba organisasi sebesar 48,9 % tanpa dipengaruhi faktor lain

Ukuran yang menyatakan keeratan hubungan tersebut adalah koefisien korelasi atau sering disebut dengan korelasi person (*pearson product moment*). Hasil uji analisis korelasi disajikan pada tabel 8.

Tabel 8. Analisis Kolerasi Correlations

		<i>E-commerce</i>	Kinerja Organisasi	Laba Organisasi
<i>E-commerce</i>	Pearson Correlation	1	.849**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	43	43	43
Sistem Informasi Akuntansi	Pearson Correlation	.849**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	43	43	43
Laba Organisasi	Pearson Correlation	.854**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	43	43	43

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan Tabel 8 di atas diperoleh nilai $\text{sig}.0.000 < 0,05$ artinya terdapat hubungan antara *e-commerce* dengan laba organisasi dan angka *pearson correlation* (r) sebesar 0,854 dalam derajat hubungan tinggi karena berada di antara 0,81-1.00. dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* berpengaruh secara positif terhadap laba organisasi. Dan untuk variabel kinerja organisasi diperoleh angka $\text{sig}.0.000 < 0.05$ artinya terdapat hubungan antara variabel kinerja organisasi dengan variabel laba organisasi dengan derajat hubungan tinggi karena diperoleh nilai *pearson correlation* (r) sebesar 0,885 dengan derajat hubungan tinggi berada antara 0,81-1.00 dengan arah hubungan positif.

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarannya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Koefisien Determinasi (R²) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.902 ^a	.813	.804	3.214

a. Predictors: (Constant), Kinerja Organisasi, *E-commerce*

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,804. Hal ini berarti 80,4 % variasi variabel laba organisasi dipengaruhi oleh *e-commerce* dan kinerja organisasi sedangkan sisanya sebesar 19,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengaruh *e-commerce* (X₁) dan Sistem Informasi Akuntansi (X₂) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap laba organisasi (Y) dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau melihat pada nilai signifikan hasil output SPSS pada alpha 0,05 (5%). Adapun hasil pengujian t adalah sebagai berikut :

Tabel 10. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.987	2.281		.433	.668
	<i>E-commerce</i>	.495	.169	.379	2.933	.006
	Sistem Informasi Akuntansi	.473	.109	.558	4.321	.000

a. Dependent Variable: Laba Organisasi

Berdasarkan tabel 10 didapat nilai t hitung untuk variabel *e-commerce* sebesar 2.933 dan t hitung untuk variabel Sistem Informasi Akuntansi sebesar 4.321 untuk mengetahui pengaruh *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap laba organisasi secara parsial dengan melakukan perbandingan t hitung dengan t tabel, Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap laba organisasi. untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $Df = n - k - 1$, dimana n merupakan total sampel , k adalah jumlah variabel independen. Jadi $df = 43 - 2 - 1 = 40$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 40 didapat nilai sebesar = 1,683

Perbandingan t hitung dengan t tabel, yakni perbandingan t hitung dengan t tabel untuk variabel *e-commerce* dapat kita lihat bahwa nilai t hitung dan t tabel, yakni $2,933 > 1,683$ $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H₀ ditolak dan untuk variabel Sistem Informasi Akuntansi didapat nilai $4,321 > 1,683$ $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_a diterima dan H₀ ditolak. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi keduanya berpengaruh secara parsial terhadap variabel laba organisasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- 1) Hipotesis yang menyatakan H₁ : *E-Commerce* berpengaruh terhadap laba organisasi adalah Diterima
- 2) Hipotesis yang menyatakan H₂ : H₂ : Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap laba organisasi adalah diterima. Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan regresi secara simultan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 11. Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1800.752	2	900.376	87.181	.000 ^b
	Residual	413.108	40	10.328		
	Total	2213.860	42			

a. Dependent Variable: Laba Organisasi

b. Predictors: (Constant), Kinerja Organisasi, E-commerce

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji f. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 87,181 dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai $F_{hitung} 87,181 > F_{tabel}$ dari 4,07. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa :

- 3) Hipotesis yang menyatakan H_3 : *E-Commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi berpengaruh terhadap Laba organisasi adalah diterima.

Hipotesis pertama yaitu, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-commerce* terhadap laba organisasi (X_1), hipotesis yang kedua terdapat pengaruh positif antara kinerja organisasi terhadap laba organisasi (X_2), hipotesis ketiga terdapat pengaruh positif antara *e-commerce* dan kinerja organisasi terhadap laba organisasi pada driver gojek di Kecamatan Ilir Barat Kota Palembang.

- 1). Analisis pengaruh *e-commerce* terhadap laba organisasi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan yang positif antara *e-commerce* dengan laba organisasi. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,933 > 1,683$) dan Berdasarkan hasil di atas, variabel *e-commerce* merupakan variabel yang secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba organisasi.
- 2). Analisis Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap laba organisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara sistem informasi akuntansi dan kinerja perusahaan. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($4,321 > 1,683$).
- 3). Analisis pengaruh *e-commerce* dan Sistem Informasi Akuntansi terhadap laba organisasi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan F hitung lebih besar dari F tabel ($87,181 > 4,07$).

4. Hasil dan Pembahasan

Laba mengurangi ketergantungan Gokek dari dana pendanaan atau *fundraising* namun bisnis startup itu cepat menghasilkan *profit*. *Sustainable* tanpa *fundraising* terus lakukan dalam bidang teknologi, inovasi, operasional. Adanya pandemi, *so far* kami bisa cetak laba operasional pertumbuhan laba gojek mengalami peningkatan dari tahun 2019 – 2020 mengalami peningkatan sebesar 10%. Hasil penelitian *e-commerce* terhadap laba organisasi. Perusahaan go-jek. Menetapkan jam kerja atau jam operasional kantor selama 24 jam dapat kita buktikan dengan pemesanan yang bisa dilakukan selama 24 jam ntah itu go-jek, go-food, go-games dan lain sebagainya. Go-jek dapat memiliki record yang baik dalam menghasilkan laba organisasinya hal ini terbukti go-jek bahwa perusahaan go-jek mampu mencetak laba organisasi setidaknya 10% per tahun (Soelistyo 2020). *E-commerce* memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan kondisi apapun asalakan mempunyai akses internet.

Sistem Informasi Akuntansi bagian dari *e-commerce* dimana perusahaan gojek menerapkan sistem kerja 3 shift dan menyediakan layanan selama 24 jam. Sistem Informasi Akuntansi yang telah dedesain sedemikian rupa terbukti perusahaan go-jek mampu mencetak laba setidaknya 10% per tahun. Ciri utama laba adalah adanya surplus antara pendapatan yang diperoleh dari aktivitas operasional dan biaya-biaya yang terkait (Hertati 2021). Laba mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengurangi berbagai biaya operasional, termasuk biaya produksi, distribusi, dan administrasi (Hertati and Puspitawati n.d.). Laba yang berkelanjutan menunjukkan bahwa perusahaan dapat mempertahankan kinerja positifnya dari waktu ke waktu (Min and Wolfenbarger 2005). Keberlanjutan ini penting untuk memberikan keyakinan kepada pemegang saham dan pihak lainnya. Laba dapat bersifat positif, negatif, atau nol. Laba positif menunjukkan pertumbuhan dan profitabilitas, sementara laba negatif menunjukkan kerugian. Laba nol menunjukkan bahwa pendapatan dan biaya seimbang. Laba bersih adalah jumlah yang tersisa setelah mengurangkan semua biaya, termasuk biaya operasional,

beban bunga, dan pajak, dari pendapatan total (Cahyani and Hertati 2023). Laba bersih memberikan gambaran tentang profitabilitas sejati perusahaan (Phillips and Wright 2009).

Hasil penelitian ditemukan bahwa e-Commerce memengaruhi desain sistem informasi akuntansi dan fungsionalitas sistem akuntansi. Penggunaan teknologi informasi ini dapat mempercepat proses akuntansi, meningkatkan akurasi, dan memberikan akses real-time terhadap data keuangan. Penelitian mungkin menunjukkan bahwa sistem informasi akuntansi menjadi faktor mediasi antara penggunaan e-Commerce dan laba organisasi (Hertati, et al., 2021). Serupa menyatakan bahwa tantangan atau hambatan yang mungkin dihadapi oleh organisasi dalam mengadopsi e-Commerce dan teknologi informasi akan sulit jika tidak fleksibel dengan data sistem akuntansi, seperti biaya implementasi, ketidakpastian keamanan informasi, atau resistensi organisasi terhadap perubahan (Gupta et al. 2023). Temuan penelitian dapat dikaitkan dengan teori-teori akuntansi dan teknologi informasi yang relevan (Pashutan, Abdolvand, and Harandi 2022; BERliana, et al., 2022).

Hasil penelitian dapat memberikan implikasi praktis untuk manajemen perusahaan dalam mengoptimalkan penggunaan e-commerce dan teknologi informasi dalam sistem akuntansi untuk meningkatkan kinerja dan laba (Hussain, Shahzad, and Hassan 2020). Temuan penelitian, dapat diajukan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, misalnya, untuk mengeksplorasi lebih lanjut dampak implementasi teknologi blockchain atau kecerdasan buatan dalam konteks sistem akuntansi (Endarwati 2021). Penting untuk dicatat bahwa hasil penelitian akan sangat bergantung pada metode penelitian yang digunakan, data yang dikumpulkan, dan konteks industri atau organisasi yang diobservasi (AlMuhayfith and Shaiti 2020).

5. Kesimpulan

Aplikasi Gojek dalam mencapai laba organisasi yang dipengaruhi oleh e-commerce dan sistem informasi akuntansi, peran e-Commerce dalam mencapai laba memanfaatkan platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan menawarkan berbagai layanan seperti transportasi, pengiriman makanan, dan layanan keuangan. Fitur-fitur e-commerce yang inovatif dan kemudahan penggunaan aplikasi mendorong peningkatan jumlah pengguna dan frekuensi transaksi, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan laba perusahaan. Kolaborasi dengan berbagai merchant dan penyedia jasa melalui platform e-commerce Gojek menciptakan ekosistem bisnis yang saling menguntungkan, memperkuat posisi Gojek di pasar. Implementasi sistem informasi akuntansi yang efektif memungkinkan Gojek untuk mengelola dan mengontrol keuangan perusahaan dengan lebih akurat dan efisien membantu dalam pemantauan dan pelaporan keuangan secara real-time, sehingga manajemen dapat mengambil keputusan yang lebih tepat dan cepat dalam hal pengelolaan sumber daya. Integrasi antara SIA dan platform e-commerce memungkinkan pengumpulan data yang lebih lengkap dan analisis yang lebih mendalam terhadap kinerja keuangan dan operasional perusahaan. Kombinasi antara platform e-commerce yang kuat dan sistem informasi akuntansi yang andal memberikan Gojek keunggulan kompetitif dalam operasional dan strategi bisnis. Data yang diperoleh dari transaksi e-commerce dapat diolah melalui SIA untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang perilaku konsumen, tren pasar, dan efisiensi operasional. Sinergi ini memungkinkan Gojek untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, pengelolaan inventaris, dan perencanaan keuangan, yang semuanya berkontribusi pada pencapaian laba yang lebih tinggi. Keberhasilan Gojek dalam mencapai laba juga didukung oleh inovasi terus-menerus dalam pengembangan aplikasi dan layanan yang ditawarkan. Penggunaan teknologi terkini dalam SIA dan e-commerce, seperti big data analytics dan machine learning, memungkinkan Gojek untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Aplikasi Gojek dalam mencapai laba organisasi sangat dipengaruhi oleh penggunaan platform e-commerce yang efektif dan sistem informasi akuntansi yang terintegrasi yaitu sinergi antara teknologi informasi yang menciptakan efisiensi operasional, peningkatan pendapatan, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Inovasi dan adaptasi teknologi menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan laba di masa mendatang.

Limitasi dan studi lanjutan

Semoga dilakukan penelitian ulang dengan menambah variabel yang berbeda sehingga hasilnya dapat memberi secara hasil secara keseluruhan, integrasi antara E-Commerce, kinerja organisasi, sistem akuntansi, dan informasi teknologi dapat menciptakan ekosistem yang kokoh untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan organisasi. Pentingnya sinergi antara elemen-elemen ini adalah kunci untuk mencapai keuntungan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saing di era digital.

Ucapan terima kasih

Terima kasih kepada via Gokjek yang telah membantu mengisih data dan diwawancarai tentang aplikasi gokjek.

Referensi

- Abbas, Jaffar et al. 2024. 'Financial Innovation and Digitalization Promote Business Growth: The Interplay of Green Technology Innovation, Product Market Competition and Firm Performance'. *Innovation and Green Development* 3(1): 100111. <https://doi.org/10.1016/j.igd.2023.100111>.
- AlMuhayfith, Sara, and Hani Shaiti. 2020. 'The Impact of Enterprise Resource Planning on Business Performance: With the Discussion on Its Relationship with Open Innovation'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6(3): 87. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030087>.
- Asari, Andi et al. 2023. Lakeisha *Dasar Penelitian Kuantitatif*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Azizah, Siti Nur. 2020. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Food Di Gojek Online Pada Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau'. *Universitas Islam Riau Pekanbaru* 21(1): 1–9.
- Berliana, E., Nurhalizah, N., Wahyuni, N., Hertati, L., Terttiaavini, T., & Asmawati, A. (2022). Peran Dunia Digital Sistem Informasi Manajemen Pembelanjaan Online Dan Offline Yang Bekerja Melayani Konsumen. *Glow: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 44-55.
- Briggs, Elten, Sandro Deretti, and Heitor Takashi Kato. 2020. 'Linking Organizational Service Orientation to Retailer Profitability: Insights from the Service-Profit Chain'. *Journal of Business Research* 107(August): 271–78. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.08.038>.
- Cahyani, Nani, and Lesi Hertati. 'Siklus Hidup Pendapatan Bersih Dan Modal Kerja Bersih Terhadap Arus Kas Pada Perusahaan'. : 59–82.
- Choshin, Mahdi, and Ali Ghaffari. 2017. 'An Investigation of the Impact of Effective Factors on the Success of E-Commerce in Small- and Medium-Sized Companies'. *Computers in Human Behavior* 66: 67–74. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.026>.
- Endarwati, T. 2021. 'Prediction of Market Attraction Due To Covid-19, on the Life Cycle of the Company'S Business Financial Performance.' *Osf.Io* (09): 232–52. <https://osf.io/sdt7z/download>.
- Falk, Martin, and Eva Hagsten. 2015. 'E-Commerce Trends and Impacts across Europe'. *International Journal of Production Economics* 170: 357–69. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.10.003>.
- Gupta, Srikant et al. 2023. 'Identification of Benefits, Challenges, and Pathways in E-Commerce Industries: An Integrated Two-Phase Decision-Making Model'. *Sustainable Operations and Computers* 4(June): 200–218.
- Hanafizadeh, Payam, Sepideh Shafia, and Erik Bohlin. 2021. 'Exploring the Consequence of Social Media Usage on Firm Performance'. *Digital Business* 1(2).
- Handoyo, Sofik, Harry Suharman, Erlane K. Ghani, and Slamet Soedarsono. 2023. 'A Business Strategy, Operational Efficiency, Ownership Structure, and Manufacturing Performance: The Moderating Role of Market Uncertainty and Competition Intensity and Its Implication on Open Innovation'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9(2): 100039. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100039>.
- Hasan, Fictor, Lesi Hertati, and Reny Aziatul Pebriani. 2023. 'Pengaruh Disiplin Kerja , Tingkat Kepuasan Kerja Terhadap Efektivitas Sistem Informasi Akuntansi Implikasi Pada Kinerja Organisasi Survey Pada Karyawan PT . Sampoerna Agro Tbk'. 8(2).
- Hertati, L., Mustopa, I. M., Widiyanti, M., & Safkaur, O. (2021). Pengujian Empiris Bagaimana

- Penerapan Aplikasi Sistem Informasi Akuntansi di Era Revolusi Industri 4.0 Dipengaruhi oleh Struktur Organisasi (Survei pada Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia). *Kajian Akuntansi*, 22(2), 2013-2015
- Hendricks, Saarah, and Samwel Dick Mwapwele. 2023. 'A Systematic Literature Review on the Factors Influencing E-Commerce Adoption in Developing Countries'. *Data and Information Management* (July): 100045. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2023.100045>.
- Hertati, Lesi. 'Exploring Moralitas Individual Mahasiswa , Sebuah Peran Mengatasi Etika Kecurangan Mahasiswa Akuntansi Di Dunia Pendidikan'. : 132–42.
- Hertati, L., & Iriyadi, I. (2023). Exploring Sistem Informasi Akuntansi Aplikasi GoCar Di Palembang. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11(2), 341-352. Hertati, Lesi, and Lilis Puspitawati. 'Determinan Perilaku Etika Pada Sistem Whistleblowing Implikasi Pada Detection Fraud'. : 83–98.
- Huang, Chao Chin, and Shyh Ming Huang. 2020. 'External and Internal Capabilities and Organizational Performance: Does Intellectual Capital Matter?' *Asia Pacific Management Review* 25(2): 111–20. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.12.001>.
- Hussain, Arsalan, Arfan Shahzad, and Rohail Hassan. 2020. 'Organizational and Environmental Factors with the Mediating Role of E-Commerce and SME Performance'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 6(4): 1–21. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040196>.
- Juru, Nyoman Ari, and Eddy Supriyadinata Gorda. 2021. 'Analisis Struktur Organisasi Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng'. *Perspektif* 10(1): 239–47.
- Li, Li, Lin Yuan, and Juanjuan Tian. 2023. 'Influence of Online E-Commerce Interaction on Consumer Satisfaction Based on Big Data Algorithm'. *Heliyon* 9(8).
- Lilis puspitawati, Hilmi, M. Virginia, and L. Hertati. 2023. 'User Competence And Business Digitalization For The Successful Performance Of The Financial Statements'. *Jurnal Akuntansi* 27(1): 80–98.
- Magatef, Sima, Manaf Al-Okaily, Laila Ashour, and Tala Abuhussein. 2023. 'The Impact of Electronic Customer Relationship Management Strategies on Customer Loyalty: A Mediated Model'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9(4): 100149. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100149>.
- Medne, Aija, and Inga Lapina. 2019. 'Sustainability and Continuous Improvement of Organization: Review of Process-Oriented Performance Indicators'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 5(3): 49. <https://doi.org/10.3390/joitmc5030049>.
- Min, Sungwook, and Mary Wolfinbarger. 2005. 'Market Share, Profit Margin, and Marketing Efficiency of Early Movers, Bricks and Clicks, and Specialists in e-Commerce'. *Journal of Business Research* 58(8): 1030–39.
- Paredes-Corvalan, Danyely et al. 2023. 'Engagement of the E-Commerce Industry in the US, According to Twitter in the Period of the COVID-19 Pandemic'. *Heliyon* 9(7): 1–30.
- Pashutan, Masume, Neda Abdolvand, and Saeedeh Rajaei Harandi. 2022. 'The Impact of IT Resources and Strategic Alignment on Organizational Performance: The Moderating Role of Environmental Uncertainty'. *Digital Business* 2(2): 100026. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2022.100026>.
- Qashou, Abeer, and Yahya Saleh. 2018. 'E-Marketing Implementation in Small and Medium-Sized Restaurants in Palestine'. *Arab Economic and Business Journal* 13(2): 93–110. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aebj.2018.07.001>.
- Rita, Paulo, Tiago Oliveira, and Almira Farisa. 2019. 'The Impact of E-Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Behavior in Online Shopping'. *Heliyon* 5(10): e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>.
- Rumanti, Augustina Asih, Afrin Fauzya Rizana, and Fandi Achmad. 2023. 'Exploring the Role of Organizational Creativity and Open Innovation in Enhancing SMEs Performance'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9(2): 100045. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100045>.
- Salah, Omar Hasan, and Mohannad Moufeed Ayyash. 2024. 'Journal of Open Innovation : Technology , Market , and Complexity E-Commerce Adoption by SMEs and Its Effect on Marketing Performance : An Extended of TOE Framework with Ai Integration , Innovation Culture , and Customer Tech-Savviness'. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 10(1): 100183. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100183>.

- Soelistyo, Andre. 2020. '10 Tahun Gojek: 38 Juta Pengguna Aktif Bulanan Hingga Cetak Laba'. *kumparan.com*.
- Syafarudin, Afriapollo, and Lesi Hertati. 2020. 'Penerapan Human Capital Serta Dampaknya Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Sistem Informasi Manajemen'. *is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise this is link for OJS us* 5(1): 31–45.
- Veliando, Michael, and Dan Yanuar. 2021. *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimediasi Oleh Motivasi*.