

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, salah satu contohnya perkembangan internet yang telah menjadi alat komunikasi online yang sangat penting terutama di kalangan Mahasiswa. Pada masa Covid-19 saat ini pemerintah menerapkan kebijakan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Saat PSBB berlangsung, sekolah, toko, perkantoran, mal, dan tempat wisata harus ditutup sementara sampai waktu PSBB atau jumlah kasus Covid-19 bisa terkendali. Hal ini menyebabkan segala aktivitas masyarakat yang biasa dilakukan diluar rumah harus dilakukan dari rumah seperti pekerjaan, pembelajaran, bahkan aktivitas belanja untuk keperluan sehari-hari.

Teknologi saat ini memiliki peran penting untuk kegiatan sehari-hari masyarakat, dengan teknologi kita dapat memperoleh informasi serta melakukan berbagai aktivitas lainnya, contohnya dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi serta yang lainnya. Dalam bidang pendidikan ada pembelajaran secara virtual yang dapat dilakukan dirumah, tidak perlu datang ketempat bimbel seperti biasa contohnya beberapa bimbel online terkemuka di Indonesia seperti Ruang Guru, Zenius, Quipper, dan Brainly. Dalam bidang kesehatan kita bisa menggunakan beberapa aplikasi untuk konsultasi secara online dari rumah seperti HaloDoc, sehingga kita tidak perlu lagi datang ke tempat praktik untuk periksa ke dokter kecuali diperlukan pemeriksaan lebih lanjut.

Dalam bidang ekonomi kita dapat berbelanja online menggunakan Sistem Informasi. Sistem yang dapat kita gunakan salah satunya yaitu Sistem Informasi Akuntansi (SIA) berbasis *E-commerce*. Menurut (Bodnar dan Hopwood,2010) Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan berbagai macam sumber daya manusia dan peralatan yang sengaja dibuat untuk mengubah data keuangan dan berbagai data lain menjadi sebuah informasi yang akan berguna bagi para pengguna nya, seiring dengan perkembangan organisasi. Moscove dan Simkin (2005) sistem

informasi akuntansi ialah “salah satu komponen organisasi yang mengumpulkan, mengklasifikasi, memproses, mengkomunikasikan informasi pengambilan keputusan dengan orientasi financial yang relevan bagi pihak-pihak luar dalam perusahaan (secara prinsip ialah manajemen)’.

Sedangkan menurut (Romney, 2008) sistem informasi akuntansi sendiri terdiri dari lima komponen utama antara lain :

- a. Orang-orang yang mengoperasikan sistem informasi tersebut dalam melaksanakan berbagai fungsi.
- b. Persyaratan-persyaratan, baik manual maupun terorganisasi yang mencakup pengumpulan, memproses, dan menyimpan data.
- c. Data mengenai persyaratan-persyaratan bisnis organisasi.
- d. *Software* yang dipakai untuk memproses data organisasi.
- e. Infrastruktur teknologi informasi termasuk komputer, peralatan pendukung dan peralatan komunikasi jaringan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Novianti (2008), yaitu Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Pengembangan Akuntansi, menyatakan bahwa kemajuan teknologi mempengaruhi perkembangan akuntansi. Semakin maju teknologi informasi, maka akan semakin banyak pengaruhnya pada bidang akuntansi. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam aplikasi sistem informasi akuntansi ialah bagaimana dasar merancang sistem dalam perusahaan yang berhubungan dengan harta perusahaan untuk menjaga aset-aset perusahaan, mengumpulkan data dan mengaitkannya dengan aktivitas organisasi dalam komputerisasi akuntansi dan juga menyalurkan data dan informasi. Contoh sistem informasi akuntansi yang ada pada *e-commerce* yang dapat diakses oleh konsumen seperti transparansi stock persediaan barang, penjualan yang telah dicapai oleh toko online tersebut, rating penjualan dari toko tersebut apakah amanah, serta ulasan dari pembeli sebelumnya yang pernah berbelanja pada toko online tersebut, ada juga beberapa filter yang dapat kita atur saat pencarian barang seperti lokasi, metode

pembayaran, kategori barang, batas harga dari tinggi hingga terendah untuk menyesuaikan *budget* yang kita miliki, tipe penjual pada shopee seperti Shopee Premium, Shopee Mall, Star Seller dan pilihan pengiriman yang dapat langsung kita atur saat mencari barang. Sedangkan untuk manajemen toko online sendiri sistem informasi akuntansi yang dapat diakses seperti daftar pesanan, daftar produk yang telah terjual, grafik penjualan dari barang yang dijual, performa toko, serta catatan penghasilan toko dan lain sebagainya.

Romney dan Steinbart (2011) mengatakan Sistem Informasi Akuntansi (SIA) ialah sumber daya manusia serta modal bagi perusahaan yang bertanggung jawab untuk 1) persiapan informasi keuangan 2) informasi yang diperoleh dari mengumpulkan dan memproses berbagai transaksi di perusahaan. SIA tidak hanya mengolah data keuangan saja, ada juga data non keuangan yang diikutsertakan. SIA dirancang dan digunakan pada dasarnya untuk memberikan informasi kepada pihak manajemen perusahaan. Dari hasil tersebut akan diperoleh mengenai informasi apa saja yang dibutuhkan. (Mulyadi, 2008) Sistem Informasi Akuntansi (SIA) merupakan kelompok formulir, catatan, dan laporan yang telah dibentuk untuk menyediakan informasi bagi pengelola sebuah usaha, memperbaiki informasi yang telah dibuat oleh sistem sebelumnya, serta memperbaiki pengecekan internal dalam memelihara catatan akuntansi.

Sistem informasi digunakan untuk mengambil sebuah informasi, dalam mengambil sebuah informasi sebaiknya pengguna mengamalkan surat Al-Hujurat Ayat 6 yang berbunyi :

Surat Al Hujurat Ayat 6

تُصِيبُوا أَنْ فَتَبَيِّنُوا بِنَبَأٍ فَاسِقٌ جَاءَكُمْ إِنْ آمَنُوا الَّذِينَ أُيُّهَا يَا  
نَادِمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَيَّ فَتُصِيبُوا بِجَهَالَةٍ قَوْمًا

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa surat berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan

suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu”

Dari surat Al-Hujurat Ayat 6 di atas apabila dikaitkan dengan Sistem Informasi memperlihatkan kepada manusia untuk selalu berhati-hati dalam menerima (mengambil) sebuah informasi. Sistem informasi sendiri menghasilkan informasi (data) yang berguna bagi para pemakainya. Dengan sistem informasi sendiri kegunaannya untuk mempermudah atau membantu penggunaannya. Ayat ini menjelaskan bagaimana cara memperoleh dan mengelola sistem informasi yang didapat agar berguna bagi orang yang akan menggunakannya. Ayat ini juga mengajarkan bahwa sebelum menerima informasi semisal ingin membeli sesuatu sebaiknya mencari tahu dan diteliti terlebih dahulu.

Sistem informasi merupakan suatu kerangka dari entitas-entitas pengkoordinasian sumber daya yang terdiri dari data, materialis, *equipment*, *suppliers*, *personal*, and *funds* untuk mengkonversi input berupa data ekonomik menjadi keluaran berupa informasi keuangan yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan suatu entitas dan menyediakan informasi akuntansi bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Sedangkan menurut Bodnar (2006) menyatakan bahwa sistem informasi akuntansi merupakan kumpulan sumber daya peralatan yang dirancang untuk mengubah data keuangan dan data lainnya kedalam informasi. Menurut Romney dan Steinbart (2011) Sistem Informasi Akuntansi memiliki enam komponen sebagai berikut :

1. *People* yaitu orang yang menggunakan sistem tersebut.
2. *Procedures and introduction* yaitu yang digunakan untuk mengumpulkan dan memproses dan menyimpan data.
3. Data mengenai perusahaan dan aktivitas bisnis.
4. *Software* yang digunakan untuk memproses data tersebut.
5. *Information technology infrastructure* yaitu yang digunakan di dalam sistem informasi akuntansi.

6. *Internal control dan security measures* yang menjaga sistem informasi akuntansi.

Komponen-komponen tersebut memungkinkan sistem informasi akuntansi memenuhi tiga fungsi bisnis yang utama, yaitu:

1. Mengumpulkan dan menyimpan data tentang aktivitas apa saja yang dilaksanakan oleh perusahaan, sumber daya yang dipengaruhi oleh aktivitas lainnya, serta para pelaku yang terlibat dalam berbagai aktivitas tersebut, agar pihak manajemen, para pegawai, dan pihak-pihak luar yang berkepentingan dapat meninjau ulang hal-hal yang telah terjadi.
2. Mengubah data menjadi informasi yang berguna bagi pihak manajemen untuk membuat keputusan dalam aktivitas perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.
3. Menyediakan pengendalian yang memadai untuk menjaga aset-aset perusahaan, termasuk data organisasi, untuk memastikan bahwa data tersebut tersedia saat dibutuhkan dan akurat.

*E-commerce* sendiri yaitu *Electronic Commerce* tempat jual beli antara pedagang dan pembeli tanpa harus bertemu langsung, bisa menggunakan aplikasi dengan metode pembayaran online. Siapapun dapat berbelanja dari rumah hanya dengan menggunakan *smartphone*, semua bisa di akses di satu tempat, menggunakan *e-commerce*, di *e-commerce* kita dapat menemukan apa saja yang kita cari. Awalnya *e-commerce* sendiri kebanyakan menjual kebutuhan yang sedang trend, seperti pakaian, sepatu, serta *handphone*, saat ini perkembangan *e-commerce* begitu meningkat banyak ditemukan barang-barang untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan hingga perabotan rumah tangga yang diperlukan. Kita hanya perlu mengunduh aplikasi *e-commerce* pada *Smartphone* dan cari barang apa saja yang kita perlukan. Dalam memilih toko pun biasanya orang-orang akan melihat ulasan dari toko tersebut, penilaian pembeli sebelumnya juga diperlukan saat berbelanja di *e-commerce*, serta kepercayaan pembeli pada kualitas dari *e-commerce* tersebut. *E-*

*commerce* merupakan pemakai jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan transaksi dalam berbisnis. *E-commerce* membawa peluang besar bagi penjual serta penyedia layanan online (Sianadewi, Widyarini, dan Wibowo, 2017).

Ada beberapa aplikasi yang sering digunakan seperti Shopee, Tokopedia, Zalora, Lazada, Blibli, Bukalapak. Diantara beberapa aplikasi tersebut Shopee dan saingannya Tokopedia memiliki peringkat tertinggi atas penggunaan *e-commerce*. Shopee pertama kali didirikan pada tahun 2009 di Singapura, merupakan situs *e-commerce* yang dimiliki oleh SEA Group. Sebelumnya Shopee bernama Garena, didirikan oleh Forrest Li. Kantor Shopee berpusat di Singapura, dan saat ini telah memperluas ke berbagai negara seperti Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietman, Filipina dan Indonesia. Pemimpinnya saat ini bernama Chris Feng, yang sebelumnya pernah memimpin Zalora dan Lazada. Pada tahun 2015 Shopee pertama kali diuncurkan di Singapura sebagai *marketplace Consumer to Consumer* (C2C). Tetapi saat ini beralih menjadi C2C dan *Business to Consumer* (B2C).

Pengguna Shopee selalu meningkat setiap bulannya, terlebih setelah masa pandemi Covid-19 ini banyak orang-orang yang lebih memilih berbelanja melalui *e-commerce*, untuk berbelanja sendiri pengaruh kepercayaan, kemanfaatan, resputasi, serta kepuasan menjadi pertimbangan pelanggan untuk berbelanja kembali atau tidak Shopee menjadi alternatif bagi pengguna. Berikut data *e-commerce* Shopee terbesar di Indonesia.

Tabel 1.1  
Data Pengguna *E-commerce* Shopee

Periode Quartal	Jumlah Kunjungan Per Bulan	Peringkat
Q3 2019	55,964,700	#2
Q4 2019	72,973,300	#1
Q1 2020	71,533,300	#1
Q2 2020	93,440,300	#1
Q3 2020	96,532,300	#1

Sumber: iPrice 2019-2020

Dari data Q3 2019-Q3 2020 diatas menurut iPrice dapat dilihat bahwa kenaikan pengunjung Shopee mengalami peningkatan signifikan, terlebih lagi pada Q3 2019 Shopee mendapat peringkat kedua dan mengalami peningkatan pada Q4 2019 menjadi peringkat ke satu dengan jumlah pengguna 72 juta yang berarti pada ke Q4 adanya kenaikan pengguna sekitar 20 juta. Shopee terus mempertahankan peringkatnya hingga pada Q2 2020 mengalami peningkatan yang cukup signifikan menjadi sekitar 93 juta pengguna, hal tersebut membuktikan bahwa Shopee menunjukkan kualitas nya sebagai *e-commerce* dengan memberikan pelayanan yang baik bagi pengguna. Layanan yang diberikan Shopee seperti adanya “Gratis Ongkir” dengan syarat pembelian yang berlaku, serta adanya “Promo Special” setiap bulannya yang membuat peminat nya tertarik dan semakin banyak. Keunggulan Shopee pun di buktikan dengan adanya fitur *live chat* antara penjual dan pembeli untuk bertansaksi semisal ada yang ingin ditanyakan oleh pembeli mengenai produk yang akan dibeli, dengan adanya fitur *live chat* menambah keyakinan pembeli pada toko tersebut di profil toko akan tertera presentase seberapa baik toko tersebut menanggapi pertanyaan pelanggan di( *fitur live chat*). Kelebihan lain pada Shopee yaitu banyaknya jasa kirim yang dapat digunakan seperti JNE, JNT, Si Cepat, ID Express, Anteraja, Shopee Express Standard serta adanya sistem COD (*Cash On Delivery*) yaitu pembayaran secara langsung dengan kurir ketika barang sudah sampai ditangan konsumen. Shopee juga memberlakukan “Garansi Shopee” apabila barang yang harus dikirim dalam waktu 3 hari tetapi belum dikirimkan oleh penjual maka uang yang telah yang dibayarkan dapat dikembalikan ke konsumen. Di Shopee jika pelanggan kecewa pun ada garansi pengembalian apabila barang yang dikirim tidak sesuai dengan apa yang diklaim toko, dengan fitur *live chat* konsumen dapat menghubungi pihak Shopee untuk pengaduan bahwa barang yang dikirim tidak sesuai misalnya barang tidak ori. Syaratnya jika konsumen belum memberi ulasan pada toko setelah barang diterima. Setelah diproses dan jika disetujui, pihak Shopee akan melakukan pengembalian uang tunai sesuai dengan yang dibayarkan untuk barang tersebut. Dapat dikatakan bahwa dengan mudahnya penggunaan *e-commerce* dan berbagai manfaat

penggunaanya dapat meningkatkan minat pembelian konsumen pada aplikasi Shopee.

Penelitian ini menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1985 untuk menjelaskan dan memprediksi penggunaan suatu sistem (Chuttur, 2009). Di dalam TAM ada dua konstruk utama yang digunakan yaitu 1) *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) dan 2) *perceived usefulness* (persepsi manfaat). *Technology Acceptance Model* (TAM) atau Model Penerimaan Teknologi merupakan salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh dan umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi (Jogiyanto, 2008, p. 111). TAM pertama kali dikenalkan dengan model TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Fred D Davis pada tahun 1985. TAM telah diuji dengan banyak penelitian, hasilnya TAM merupakan model yang baik khususnya jika dibandingkan dengan model TRA. Teori TAM terus mengalami modifikasi konstruk hingga tiga kali.

*Perceived Ease of Use* merupakan persepsi kemudahan penggunaan suatu sistem, dikatakan oleh (Lin, 2007) *Perceived Ease of Use* memperlihatkan bagaimana suatu situs atau *web* mudah untuk dimengerti, digunakan, serta diaplikasikan oleh penggunanya. Dengan mudahnya aplikasi tersebut diaplikasikan maka pengguna nya akan cenderung menggunakan aplikasi tersebut. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mempengaruhi perilaku penggunaan. Menurut (Wen et al, 2012) kemudahan penggunaan merupakan apabila konsumen merasakan bahwa belanja di toko berbasis *web* akan meningkatkan minat belanjanya serta sejauh mana konsumen merasakan kemudahan interaksi dengan situs *web* dapat menerima informasi tentang produk yang dibutuhkan. Sedangkan menurut (Sondang P. Siagian, 2002: 92) manusia sebagai konsumen pasti mempertimbangkan dalam membeli atau tidak membeli suatu produk. Dengan ini, adanya minat seseorang dalam menggunakan akan menunjukkan kecenderungan untuk memfokuskan pada suatu objek yang memikat, pada dasarnya minat seseorang timbul karena pengaruh dari dalam dan luar individu itu berada.



Menurut Jogiyanto (2008) *perceived usefulness* sebagai persepsi kegunaan atau manfaat penggunaan yang diartikan apabila suatu teknologi dirasakan manfaatnya oleh pengguna maka pengguna tersebut cenderung akan menggunakan teknologi tersebut. Jika dikaitkan dengan penggunaan *e-commerce*, teori *perceived usefulness* ini dengan minat belanja online yaitu apabila konsumen merasakan manfaat atau kegunaan dari pembelian melalui *e-commerce* tersebut maka konsumen tersebut akan cenderung menggunakannya lagi. Menurut (Adamson dan Shine, 2003) *perceived usefulness* atau persepsi kemudahan penggunaan juga mempengaruhi persepsi manfaat yang merupakan suatu sistem yang berkaitan dengan produktifitas dan efektifitas sistem dari kegunaan secara menyeluruh untuk meningkatkan kinerja orang yang menggunakan sistem tersebut.

*Perceived Enjoyment* (persepsi menyenangkan) merupakan suatu persepsi perasaan menyenangkan yang dialami seseorang dalam menggunakan sesuatu. Perasaan nyaman yang timbul ketika seseorang menggunakan suatu sistem akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya (Venkatesh dan Davis, 2000; Venkatesh et al., 2003). *Perceived enjoyment* merupakan konstruk dimensional tunggal, dievaluasi dalam bentuk menyenangkan dan gembira dalam melakukan sebuah kegiatan (Wu dan Liu, 2007). *Perceived enjoyment* (kenikmatan) adalah salah satu jenis kebutuhan yang berdasarkan arah dari motivasi yang bersifat subjektif, berarti konsumen akan mengandalkan suatu sistem atau menggunakannya untuk kegiatan tertentu untuk menemukan kebutuhan mereka sebagai pemberi kebahagiaan, kepercayaan diri, khayalan atau tanggapan emosional dan lainnya (Utami, 2010:49). Adanya kenikmatan yang dirasakan dapat menyebabkan para pengguna bahwa menggunakan sebuah sistem untuk berbelanja online itu menyenangkan tetapi jika dirasa itu kurang menyenangkan dari pelanggan bisa saja mereka berpikir tidak berguna (Trisnawati dkk, 2012). Maka disimpulkan bahwa jika seseorang yang menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* yang dirasakan adalah menyenangkan dan membahagiakan maka penggunanya akan berminat menggunakan sistem tersebut.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Budiastuti dan Muid (2020), yaitu membahas tentang Analisis Faktor-faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Aplikasi Shopee dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model*. Penelitian yang dilakukan oleh Budiastuti dan Muid (2020) menyatakan bahwa hasil dari penelitian tersebut berupa *perceived ease of use*, kepercayaan, dan *attitude toward using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee, sedangkan resiko dan *perceived usefulness* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang menjadi acuan adalah variabel kepercayaan, resiko, dan *attitude toward using* dalam penelitian Budiastuti dan Muid (2020) tidak di uji dalam penelitian ini karena peneliti hanya akan berfokus kepada *Technology Acceptance Model* dan Sistem Informasi Akuntansi yang ada pada aplikasi Shopee, serta peneliti akan menguji kembali *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* karena dua persepsi tersebut merupakan persepsi dasar yang penting untuk di uji kembali pada penelitian ini, serta menambahkan variabel independen *perceived enjoyment*. Pengukuran yang digunakan peneliti sebelumnya pun berbeda dengan pengukuran yang digunakan pada peneliti kali ini. Serta objek pada penelitian yang menjadi acuan menggunakan data quartal Shopee pada tahun 2019, sedangkan penelitian ini menggunakan data Shopee pada Q3 2019-Q3 2020. Penelitian ini berfokus pada pengaruh variabel independen *perceived ease of use*, *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* terhadap variabel dependen minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* pada aplikasi shopee.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness* dan *Perceived Enjoyment* Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada Aplikasi Shopee”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee ?
2. Apakah *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee ?
3. Apakah *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap minat penggunaan Sistem Informasi Akuntansi berbasis *E-commerce* pada aplikasi Shopee.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

### **1. Manfaat Praktis**

- a. Penyedia Layanan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana evaluasi bagi para penyedia layanan agar dapat mengembangkan aplikasi yang telah disediakan.

b. Pengguna Layanan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan, serta bahan pertimbangan bagi para pengguna layanan agar dapat lebih bijak dalam menggunakan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce*.

## **2. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan sistem informasi akuntansi berbasis *e-commerce* serta dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya.